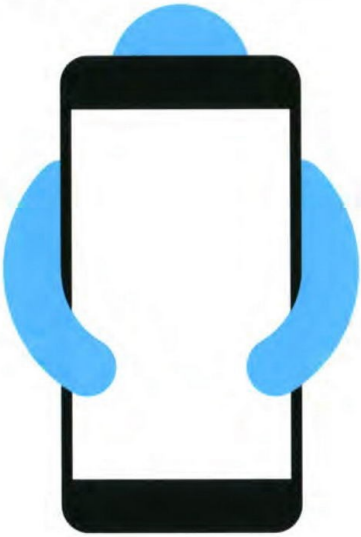
IREZISTIBIL

DEPENDENȚA DE TEHNOLOGIE ȘI AFACERILE DIN SPATELE EI



PUBLICA

ADAM ALTER

Autorul cărții *Roz tranchilizant*

IREZISTIBIL
IREZISTIBIL

DEPENDENŢA DE TEHNOLOGIE ŞI AFACERILE DIN SPATELE EI

Titlul original al acestei cărţi este:
Irresistible: The rise of Addictive Technology and the Business of Keeping Us Hooked de Adam Alter
Copyright: Irresistible by Adam Alter e 2015 All rights reserved.
e Publica, 2017, pentru ediţia în limba română
Toate drepturile rezervate. Nicio parte din această carte nu poate fi reprodusă sau difuzată în orice formă sau prin orice mijloace, scris, foto sau video, exceptând cazul unor scurte citate sau recenzii, fără acordul scris din partea editorului.
Descrierea CIP a Bibliotecii Naţionale a României ALTER, ADAM.
Irezistibil: Dependenţa de tehnologie şi afacerile din spatele ei / Adam Alter; trad. din engleză de Emilia Vasiliu.
— Bucureşti: Publica, 2017
ISBN 978 – 606 – 722 – 253 – 1
I. Vasiliu, Emilia (trad.)
159 – 9
editori: Cătălin Muram, Silviu Dragomir director executiv: Bogdan Ungureanu design: Alexe Popescu redactor: Roxana Aneculăesei corectori: Liliana Duţă, Rodica Creţu cită: Florin Teodoru
Pentru Sara şi Sam
Cuprins
Prolog: Nu te droga niciodată cu marfa ta 11
PARTEA ÎNTÂI Ce este dependenţa comportamentală şi cum a apărut?
1. Cum au luat amploare obiceiurile care dau dependenţă 25
2. Dependentul din fiecare dintre noi 57
3. Biologia dependenţei comportamentale 79

PARTEA A DOUA Ingredientele dependenţei comportamentale (sau cum să creezi o experienţă care să dea dependenţă)
4. Scopuri 105
5. Feedback 133
6. Progres 161
7. Creştere progresivă 183
8. Suspans 207
9. Interacţiuni sociale 231
PARTEA A TREIA Viitorul dependenţei comportamentale (şi câteva soluţii)
10. Cum să eliminăm dependenţele de la bun început 255
11. Obiceiuri şi arhitectură 281
12. Gamificarea 313
Epilog 339
Mulţumiri 343
Note 345

Dependenţi de tehnologie? Dependenţi de nicotină? Dependenţi de substanţe cu regim special? Ei bine, nu există o linie clară între dependenţi şi restul oamenilor. Cu toţii suntem la un produs sau la o experienţă distanţă de a ne crea propriile dependenţe. Iar mediul şi circumstanţele specifice epocii digitale facilitează mult mai mult apariţia dependenţelor decât orice altceva au trăit până acum oamenii.

Cum v-aţi simţi dacă nu v-aţi putea folosi smartphone-ul pentru o zi? Dar pentru o întreagă săptămână?

V-ar fi greu, poate chiar imposibil, pentru că deja a devenit o parte esenţială din viaţa voastră.

V-aţi întrebat de ce fondatorii iPadului, Twitterului şilnstagramului nu îşi lasă copiii în preajma dispozitivelor electronice sau le limitează timpul petrecut în jurul lor?

Irezistibil răspunde acestor întrebări, ba, mai mult,

analizează obiceiurile care provoacă dependenţa şi modul în care apar, persoanele care le concep, trucurile psihologice care le fac atât de atractive şi modalitatea prin care se pot diminua efectele lor nocive.

Să nu fiţi surprinşi când veţi afla că petreceţi de două ori mai mult timp online decât credeţi, că un răspuns rapid pe e-mail nu este productiv şi că bucuria de a primi like-uri pe reţelele de socializare reprezintă o cale către dependenţă.

SUnilredit Bank

Prolog

Nu te droga niciodată cu marfa ta

La un eveniment Apple din ianuarie 2010, Steve Jobs a dezvăluit pentru prima dată iPad-ul publicului larg:

Ceea ce poate face acest dispozitiv este absolut extraordinar…

Vă oferă cea mai plăcută modalitate pentru a naviga pe internet; mult mai plăcut decât de pe un laptop şi chiar şi mai plăcut decât de pe un smartphone… Este o experienţă incredibilă… Este absolut fenomenal pentru accesarea e-mailului; e de vis să scrii mesaje de pe aşa ceva.1

Timp de 90 de minute Jobs a explicat de ce iPad-ul este cea mai bună modalitate pentru a te uita la poze, pentru a asculta muzică, pentru a viziona cursuri pe iTunes U, pentru a naviga pe Facebook, a te juca jocuri şi în general pentru a naviga printre mii de alte aplicaţii. El credea că toată lumea ar trebui să deţină un iPad.

Însă nu şi-a lăsat copiii să folosească dispozitivul.

La sfârşitul lui 2010, Jobs i-a relatat jurnalistului Nick Bilton de la *New York Times* că de fapt copiii săi nu folosiseră niciodată iPad-ul.2 „Noi limităm acasă accesul copiilor noştri la tehnologie”. Bilton a descoperit că şi alte nume sonore din lumea tehnologiei impuneau restricţii similare. Chris Anderson, fostul editor de la *Wired*

impunea limite stricte de timp pentru utilizarea fiecărui dispozitiv din casa lui, „pentru că am văzut cu ochii noştri pericolele tehnologiei”. Celor cinci copii ai săi nu li s-a permis niciodată să aibă ecrane în dormitoarele lor. Evan Williams, unul dintre fondatorii platformelor *Blogger*, *Twitter* şi *Medium*, a cumpărat sute de cărţi pentru cei doi fii mici ai săi, dar a refuzat să le ia un iPad. Şi Lesley Gold, fondatoarea unei companii specializate în analiza datelor Online, le-a impus cu stricteţe copiilor săi regula de a nu folosi deloc dispozitive cu ecran în timpul săptămânii. Ea făcea excepţii de la regulă doar atunci când copiii aveau nevoie de calculator pentru activităţile legate de şcoală. Walter Isaacson, care lua frecvent cina cu familia Jobs în timp ce se documenta pentru biografia lui Steve Jobs, i-a spus lui Bilton că „nimeni nu a scos vreodată un iPad sau vreun calculator. Copiii nu păreau deloc dependenţi de aceste dispozitive”. Părea că cei care făceau produsele tehnologice respectau regula esenţială a traficului de droguri: nu te droga niciodată cu marfa ta.

Aşa ceva este neliniştitor. De ce oare cei mai importanţi experţi în tehnologie la nivel public din lume sunt şi cei mai mari tehnofobi în vieţile private? Vă puteţi închipui revolta publică faţă de liderii religioşi dacă aceştia ar refuza să le permită copiilor lor să-şi practice religia? Mulţi experţi, atât din lumea tehnologiei, cât şi din afara acestui domeniu, mi-au dat exemple similarei Câţiva designeri de jocuri video mi-au spus că ei evită celebrul joc care dă dependenţă, World of Warcraft; un psiholog specializat pe dependenţa de activitatea fizică a spus că brăţările care monitorizează mişcarea sunt periculoase – „cel mai tâmpit lucru din lume” – şi a jurat că ea nu şi-ar cumpăra vreodată aşa ceva; şi fondatoarea unei clinici specializate pe dependenţa de internet mi-a spus că ea evită toate gadgeturile mai noi de trei ani. Ea nu şi-a folosit niciodată funcţia de localizare a telefonului şi îşi

„rătăceşte” intenţionat telefonul, pentru a nu fi tentată să îşi verifice e-mailurile. (Mi-a luat două luni să o contactez prin e-mail şi am reuşit să dau de ea doar atunci când s-a întâmplat să răspundă la telefonul fix de la birou.) Jocul ei preferat pe calculator este Myst, un joc lansat în 1993, atunci când calculatoarele erau încă prea puţin rafinate pentru a susţine elemente video complexe. Mi-a spus că singurul motiv pentru care ajunge să joace Myst e faptul că la fiecare jumătate de oră computerul ei i se blochează şi durează o veşnicie să îl repornească.

Greg Hochmuth, unul dintre inginerii-fondatori ai *Instagram* şi-a dat seama că dezvoltă o adevărată unealtă care dă dependenţă.4 „întotdeauna mai e un hashtag pe care să îl accesezi”, a spus Hochmuth. „Apoi prinde viaţă, ca un organism, şi oamenii pot deveni obsedaţi”. *Instagram*, la fel ca multe dintre platformele de tip reţea socială, este infinit. *Facebook* are un flux nesfârşit; *Netflix* trece automat la următorul episod dintr-un serial; *Tinder* îşi încurajează utilizatorii să tot dea din degete pentru a descoperi alternative mai bune. Utilizatorii au de câştigat de pe urma folosirii acestor aplicaţii şi site-uri, dar în acelaşi timp se şi chinuie să le folosească moderat. Tristan Harris, un „specialist în probleme de etică a designului”, consideră că problema nu este lipsa de voinţă a oamenilor, ci faptul că „sunt o mie de indivizi de cealaltă parte a ecranului a căror preocupare profesională este să vă distrugă autocontrolul”.

Aceşti experţi în tehnologie au motive întemeiate să fie îngrijoraţi. Lucrând la graniţele îndepărtate ale posibilului, ei au descoperit două aspecte. Primul este că avem o înţelegere prea limitată a ceea ce înseamnă dependenţa. Tindem să ne gândim la dependenţă ca fiind ceva care pur şi simplu există în anumiţi indivizi – cei pe care îi etichetăm ca fiind *dependenţi*.

Dependenţi de heroină în case abandonate.

Dependenţi de nicotină care sudează ţigară după ţigară. Iubitori de pastile *dependenţi* de substanţe cu regim special. Eticheta presupune că aceştia ar fi diferiţi de restul omenirii. Ar putea să îşi învingă dependenţa la un moment dat, dar deocamdată aparţin unei categorii aparte, în realitate, dependenţa este cauzată în mare parte de mediu şi circumstanţe. Steve Jobs ştia asta. Şi-a ţinut copiii departe de iPad, pentru că, în ciuda avantajelor de care se bucurau şi care îi făceau candidaţi improbabili pentru dependenţa de substanţe, el ştia că puteau ceda în faţa farmecelor iPad-ului. Aceşti antreprenori ştiu perfect că instrumentele pe care le promovează – construite să fie irezistibile – vor subjuga utilizatorii fără să facă vreo discriminare. Nu există o linie clară între dependenţi şi restul oamenilor. Cu toţii suntem la un produs sau o experienţă distanţă de a ne crea propriile dependenţe.

Experţii în tehnologie ai lui Bilton au descoperit şi că mediul şi circumstanţele specifice epocii digitale facilitează mult mai mult apariţia dependenţelor decât orice altceva au mai trăit până acum oamenii de-a lungul istoriei. În anii 1960 aveam doar câteva capcane: ţigări, alcool şi droguri, care erau scumpe şi în general greu accesibile. În anii ’2010 avem capcane la tot pasul. Există capcana Facebook. Capcana Instagram. Capcana pornografiei. Capcana e-mailului. Capcana cumpărăturilor online. Şi tot aşa. Lista este lungă – cu mult mai lungă decât a fost vreodată în istoria omenirii şi abia începem să conştientizăm forţa acestor capcane.

Experţii lui Bilton au fost extrem de vigilenţi, pentru că ştiau că lucrau în branşa tehnologiilor irezistibile. Comparativ cu tehnologiile necizelate din anii 1990 şi de la începutul anilor 2000, tehnologiile moderne simt eficiente şi generatoare de dependenţă. Sute de milioane de oameni îşi expun în timp real vieţile prin intermediul postărilor pe Instagram şi la fel de repede acele vieţi sunt şi evaluate,

prin comentarii şi aprecieri. Cântece care cândva se descărcau într-o oră sunt disponibile acum în câteva secunde, iar întârzierile care îi descurajau de la bun început pe oameni să le descarce pur şi simplu s-au evaporat. Tehnologia oferă confort, viteză şi automatizare, dar în acelaşi timp presupune şi costuri mari.1 Comportamentul uman este influenţat într-o anumită măsură de o succesiune de calcule reflexive referitoare la costuri şi beneficii, calcule care stabilesc dacă o acţiune va fi îndeplinită o dată, de două ori, de o sută de ori sau deloc. Atunci când beneficiile sunt cu mult mai mari decât costurile, este dificil să te abţii din a nu repeta iar şi iar acţiunea, cu atât mai mult când atinge corzile neurologice potrivite.

O apreciere primită pe Facebook sau Instagram atinge o astfel de coardă, la fel cum o face şi recompensa îndeplinirii cu succes a unei misiuni în World of Warcraft sau să-ţi vezi un

9

tweet redistribuit de sute de utilizatori de pe Twitter. Oamenii care elaborează şi perfecţionează programele pe calculator, jocurile şi experienţele interactive sunt foarte pricepuţi la ceea ce fac. Rulează mii de teste pe milioane de utilizatori pentru a afla ce ajustări de detaliu au succes şi care nu – ce culori de fundal, fonturi şi sunete maximizează implicarea şi minimalizează frustrarea. Pe măsură ce o experienţă evoluează, aceasta se transformă într-o versiune irezistibilă, tot mai puternică, a experienţei din trecut. În 2004 Facebook era distractiv; în 2016 generează dependenţă.

Obiceiurile care provoacă dependenţă există dintotdeauna, doar că în ultimele decenii au ajuns să fie mult mai frecvente, mai greu de refuzat şi extinse la scară largă. Aceste adicţii de generaţie nouă nu mai înseamnă înghiţirea anumitor substanţe.6 Nu ne sunt introduse în

mod direct substanţe chi

9 9

mice în sistem, dar aceste noi adicţii produc aceleaşi efecte, pentru că sunt irezistibile şi abil construite. Unele, ca jocurile de noroc sau exerciţiile fizice, sunt arhicunoscute; altele, ca vizionarea excesivă a serialelor şi folosirea smartphone-urilor, sunt relativ noi. Însă, toate au devenit din ce în ce mai dificil de evitat.

Între timp, problema s-a agravat din cauză că ne-am concentrat tot mai mult pe beneficiile stabilirii clare de obiective, fără a lua în calcul minusurile acestei abordări. Stabilirea obiectivelor a fost un instrument motivaţional extrem de util în trecut, pentru că de cele mai multe ori oamenii preferă să piardă pe cât mai puţin timp şi energie posibil. Nu suntem în mod implicit muncitori, plini de virtuţi şi sănătoşi. Dar acum trăim reversul monedei. Acum suntem atât de concentraţi să rezolvăm cât mai multe lucruri în cât mai puţin timp, încât am uitat cum e să mai tragem pe dreapta.

Am discutat cu mai mulţi medici psihologi care mi-au descris amploarea problemei”. „Absolut fiecare persoană cu care lucrez are cel puţin o dependenţă comportamentală”, mi-a spus un psiholog. „Am pacienţi care se încadrează în fiecare segment: pariuri, shopping, reţele sociale, e-mail şi tot aşa”. Mi-a descris câţiva pacienţi, cu toţii oameni de carieră de succes, cu venituri de şase cifre, dar profund captivi în interiorul propriilor dependenţe. „Am o pacientă care este o femeie foarte frumoasă, foarte inteligentă, realizată din toate punctele de vedere. Are două diplome de master şi este profesoară. Dar este dependentă de cumpărături online şi a reuşit să facă datorii de 80 ooo de dolari. A reuşit să îşi ascundă dependenţa de aproape toţi cunoscuţii”. Această clasificare comportamentală e o temă comună. „Este foarte uşor să ascunzi comportamentele de tip dependent – mult mai uşor

decât dependenţa de substanţe. Asta le face periculoase, pentru că trec neobservate ani de-a rândul”. Un al doilea pacient, la fel de realizat la muncă, a reuşit să îşi ascundă dependenţa de Facebook de prietenii săi. „A trecut printr-o despărţire cruntă, după care şi-a urmărit obsesiv fostul iubit timp de ani de zile în mediul online. Cu Facebook este şi mai dificil să te distanţezi atunci când se încheie o relaţie”. Un alt pacient îşi verifica e-mailul de sute de ori pe zi. „Este incapabil să se relaxeze şi să se deconecteze în vacanţă. Dar nu ţi-ai putea da seama de asta. Este profund anxios, dar imaginea pe care o afişează în lume nu lasă să se vadă asta; are o carieră de succes în industria serviciilor medicale şi nu ţi-ai putea da vreodată seama cât de mult suferă”. „Impactul reţelelor sociale a fost uriaş”, mi-a spus un al doilea psiholog. „Reţelele sociale au format complet mintea tinerilor cu care lucrez. Un aspect care îmi dă de gândit adesea într-o şedinţă cu un pacient este acesta: este posibil ca discuţia noastră să fi început deja de cinci sau zece minute, tânărul povestindu-mi despre cearta cu prietenul sau iubita sa, când îmi dau seama să întreb dacă disputa a avut loc prin mesaje scrise, la telefon, online sau faţă în faţă. Cel mai adesea se întâmplă ca răspunsul să fie «printr-un mesaj scris sau pe o reţea socială». Totuşi, în relatarea evenimentului, acest aspect nu este evident. Sună ca ceva ce eu aş considera ca fiind o conversaţie «reală», între patru ochi. Întotdeauna ajung să reflectez puţin asupra acestui aspect. Această persoană nu face diferenţa între diferitele moduri de comunicare la fel cum o fac eu… rezultatul este un peisaj cuprins de izolare şi dependenţă”. Irezis*tibil urmăre*şte creşterea incidenţei obiceiurilor care provoacă dependenţă, analizează cum apar, cine le concepe, trucurile psihologice care le fac atât de atractive şi cum se pot diminua efectele nocive ale acestor adicţii periculoase, precum şi reorientarea aceloraşi mecanisme în scopuri benefice. Dacă

programatorii aplicaţiilor îi pot convinge pe oameni să aloce mai mult timp şi mai mulţi bani unui joc pe telefon, poate că şi experţii în legislaţie pot să îi încurajeze pe oameni să economisească mai mulţi bani pentru pensie sau să facă donaţii mai multor cauze caritabile.

Tehnologia nu este rea în sine. Când eu şi fratele meu ne-am mutat împreună cu părinţii în Australia în 1988, bunicii noştri au rămas în Africa de Sud. Vorbeam cu ei o dată pe săptămână la telefon, ceea ce era scump, şi le trimiteam scrisori care ajungeau o săptămână mai târziu. Când m-am mutat în Statele Unite în 2004, le scriam e-mailuri fratelui meu şi părinţilor mei aproape în fiecare zi. Vorbeam des la telefon şi ne făceam din mână prin webcam oricât de frecvent puteam. Tehnologia a micşorat distanţa dintre noi. Într-un articol pentru publicaţia *Time* scris în 2016, John Patrick Pullen a descris cum realitatea virtuală a avut un asemenea impact emoţional asupra sa, încât i-au dat lacrimile.8

Colega mea de joacă Erin m-a ţintit cu o rază care micşora. Deodată, nu doar că toate jucăriile din jurul meu au început să mi se pară enorme, dar personajul lui Erin trona deasupra mea ca un gigant mătăhălos. Chiar şi vocea i s-a schimbat când a început să curgă prin căşti, intrându-mi în cap cu o tonalitate joasă şi înceată.

Iar pentru un moment am fost din nou copil, lângă această persoană uriaşă care se juca iubitor cu mine. Mi-a oferit o perspectivă atât de profundă asupra felului în care trebuie să vadă lumea fiul meu, încât am început să plâng cu căştile pe urechi. A fost o experienţă pură şi frumoasă care a transformat relaţia mea cu el începând din acel moment. Eram vulnerabil în faţa colegei mele dejoacă gigantice, dar mă simţeam pe deplin în siguranţă.

Tehnologia nu este, moral vorbind, bună sau rea, până când nu ajunge să fie folosită de corporaţiile care o modelează pentru consumul de masă. Aplicaţiile şi

platformele pot fi elaborate în aşa fel încât să promoveze conexiuni sociale sănătoase; sau, asemenea ţigărilor, pot fi create pentru a da dependenţă. Din păcate, astăzi, cei mai mulţi dezvoltatori de tehnologie chiar promovează dependenţa. Chiar şi Pullen, în relatarea sa romanţată privind experienţa lui cu realitatea virtuală a spus că a fost „vrăjit”. Tehnologiile care îl integrează pe utilizator, asemenea celor de tip realitate virtuală, generează emoţii atât de bogate încât pot ajunge la graniţa cu abuzul. Totuşi sunt încă în stadiul foarte incipient, aşa că este prea devreme să ne dăm seama dacă vor fi folosite în mod responsabil.

În multe privinţe, dependenţa de substanţe şi obiceiurile care dau dependenţă (sau dependenţa comportamentală) sunt foarte asemănătoare. Activează aceleaşi regiuni corticale şi sunt alimentate de aceleaşi nevoi umane de bază: interacţiune şi sprijin social, stimulare cognitivă şi senzaţia unei reuşite. Cu cât sunt aceste nevoi mai puţin satisfăcute, cu atât devin oamenii mai predispuşi să dezvolte dependenţe atât faţă de substanţe, cât şi la nivel comportamental.

Un comportament de tip dependent presupune şase ingrediente: obiective fascinante care sunt doar puţin prea departe pentru a fi realizabile; feedback pozitiv irezistibil şi imprevizibil; sarcini care devin progresiv mai dificile în timp; tensiuni nerezolvate care impun soluţionări; şi conexiuni sociale puternice. În ciuda diversităţii lor, obiceiurile care dau dependenţă din ziua de azi întruchipează cel puţin unul dintre aceste şase ingrediente. De exemplu, Instagram dă dependenţă pentru că unele poze atrag aprecieri numeroase, în timp ce altele, nu. Utilizatorii vânează următorul calup zdravăn de aprecieri prin postarea de poze una după alta, revenind constant pe site pentru a-şi susţine la rândul lor prietenii. Pasionaţii de jocuri joacă anumite jocuri zile la rând pentru

că sunt motivaţi să finalizeze misiuni şi pentru că şi-au format conexiuni sociale puternice cu alţi jucători.

Aşadar, ce soluţii avem? Cum putem coabita cu experienţe care dau dependenţă şi care sunt totuşi atât de prezente în vieţile noastre? Milioane de alcoolici aflaţi în procesul de recuperare reuşesc să evite barurile cu totul, dar dependenţii de internet sunt forţaţi să folosească e-mailul. Nu poţi să faci o solicitare pentru o viză sau un job sau nu poţi să te angajazi fără să ai o adresă de e-mail. Din ce în ce mai puţine slujbe moderne permit evitarea folosirii calculatoarelor şi a smartphone-urilor. Tehnologia care dă dependenţă face parte din viaţa de zi cu zi într-un fel în care substanţele care dau dependenţă nu vor face parte niciodată. Abstinenţa nu este o alternativă, dar există alte variante. Poţi limita experienţele care dau dependenţă într-un singur sector al vieţii, iar în paralel să cultivi obiceiuri bune care susţin comportamente sănătoase. Între timp, odată ce înţelegi cum funcţionează comportamentele de tip dependent, poţi lua măsuri în ceea ce priveşte caracterul lor nociv sau chiar poţi să le direcţionezi spre bine. Aceleaşi principii care îi fac pe copii să joace jocuri ar putea să îi stimuleze să înveţe la şcoală, iar obiectivele care îi determină pe oameni să facă exerciţii fizice la nivel de dependenţă s-ar putea să îi motiveze şi să economisească pentru vârsta pensionării.

Epoca dependenţei comportamentale este încă la început, dar semnale timpurii indică o criză. Obiceiurile care dau dependenţă sunt nocive pentru că se extind atât de tare, încât elimină alte preocupări esenţiale, de la muncă şi joacă până la igiena de bază şi interacţiunile sociale. Vestea bună este că felul în care noi relaţionăm cu aceste comportamente de tip dependent nu este bătut în cuie. Se pot face multe pentru a reface echilibrul care exista înainte de era smartphone, a e-mailurilor, a accesoriilor tech, a reţelelor sociale şi a vizionărilor la

cerere. Secretul este să înţelegem de ce sunt atât de agresive aceste dependenţe la nivel comportamental, cum profită de psihologia umană şi cum să învingem acele obiceiuri care dau dependenţă şi care ne dăunează, respectiv cum să le cultivăm pe cele care ne ajută.

Ce este dependenţa comportamental şi cum a apărut?

Partea întâi

cum au luat amploare obiceiurile care dau dependenţă în urmă cu câţiva ani, Kevin Holesh, un dezvoltator de aplicaţii, a hotărât că nu petrecea suficient de mult timp cu familia lui. Devină era tehnologia, iar telefonul lui era cel mai mare vinovat. Holesh a vrut să afle cât de mult timp folosea telefonul în fiecare zi, aşa că a creat o aplicaţie care se numeşte *Moment*. Moment a contorizat cât timp şi-a petrecut Holesh în fiecare zi cu nasul în ecran, calculând la finalul fiecărei zile cât de mult îşi folosise telefonul. Mi-a luat luni întregi să iau legătura cu Holesh, pentru că se ţine de cuvânt. Pe site-ul Moment scrie că s-ar putea să răspundă greu la e-mailuri, pentru că încearcă să petreacă mai puţin timp online.9 în cele din urmă, după cea de-a treia tentativă, Holesh mi-a răspuns scuzându-se politicos şi acceptând să stăm de vorbă. „Aplicaţia se opreşte din contorizat atunci când asculţi muzică sau suni pe cineva”, mi-a spus Holesh. „Porneşte din nou atunci când priveşti ecranul – de exemplu, atunci când trimiţi e-mailuri sau când navighezi pe internet”. Holesh stătea lipit de ecranul smartphone-ului său timp de o oră şi cincisprezece minute pe zi, ceea ce părea a fi mult. Unii dintre prietenii lui aveau motive similare de îngrijorare, dar nici ei nu ştiau cât de mult timp pierduseră cu telefoanele lor. Aşa că Holesh a dat mai departe aplicaţia. „Le-am propus oamenilor să ghicească înainte cât timp alocau zilnic navigatului pe telefon şi aproape întotdeauna estimau cu 50% prea puţin”.

Eu am descărcat Moment cu câteva luni în urmă. Estimam că îmi foloseam telefonul cel mult o oră pe zi şi îl luam în mână poate de zece ori pe zi. Nu eram mândru de aceste cifre, dar păreau a fi corecte. După o lună, Moment a contorizat că îmi foloseam telefonul, în medie, trei ore pe zi şi îl luam în mână de aproximativ 40 de ori. Am fost uluit. Nu jucam nimic şi nici nu navigam pe internet ore întregi, dar cumva ajunsesem să îmi petrec 20 de ore pe săptămână uitându-mă la telefon.

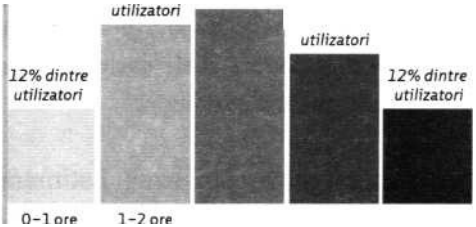
L-am întrebat pe Holesh dacă rezultatele mele erau obişnuite. „Absolut”, mi-a spus. „Avem mii de utilizatori, iar timpul mediu de folosire este de aproape trei ore. Îşi iau în mână telefoanele, în medie, de 49 de ori pe zi”. Holesh mi-a amintit că era vorba despre acei oameni care erau suficient de îngrijoraţi de cât timp foloseau smartphone-ul încât să descarce de la bun început o aplicaţie care să monitorizeze aşa ceva. Există milioane de utilizatori de telefoane care habar nu au cât timp petrec sau pur şi simplu nu le pasă suficient de mult pentru a verifica acest lucru – şi există o probabilitate rezonabilă ca aceştia să petreacă mai mult de trei ore cu telefoanele lor în fiecare zi.

Poate că a fost doar un mic grup de utilizatori îndârjiţi, care îşi petreceau întreaga zi, în fiecare zi, butonându-şi telefoanele, iar aceştia au tras media în sus. Însă Holesh a făcut disponibile informaţiile culese de la 8.000 de utilizatori ai aplicaţiei Moment pentru a ilustra că lucrurile nu stăteau deloc aşa:

Media globală: 3 ore

25% dintre 22% dintre utilizatori

I 18% dintre



7% dintre utilizatori.

3% dintre *utilizatori 1% dintre utilizatori*

2 – 3 ore 3 – 4 ore 4 – 5 ore 5 – 6 ore 6 – 7 ore 7 + ore

Cei mai mulţi dintre oameni petreceau între o oră şi patru ore pe telefon în fiecare zi – şi numeroşi alţii cu mult mai mult. Aceasta nu este problema unei minorităţi. Dacă ne-am folosi telefonul în fiecare zi mai puţin de o oră, aşa cum ar fi recomandabil, atunci 88% dintre utilizatorii aplicaţiei lui Holesh s-ar afla într-o situaţie de uz excesiv. Aceştia îşi petreceau, în medie, un sfert din starea de veghe cu telefonul în mână – mai mult timp decât investeau în orice altă activitate cotidiană, cu excepţia somnului. În fiecare lună se adunau aproape o sută de ore pierdute cu verificarea e-mailului, scrierea de mesaje, jocuri, navigare pe internet, articole citite, verificări de solduri bancare etc. Raportat la speranţa medie de viaţă, acestea se cumulează într-o cantitate de timp uluitoare – *unsprezece ani*. De asemenea, utilizatorii luau telefoanele în mână, în medie, de trei ori în fiecare oră. Această categorie de folosire excesivă are o incidenţă atât de mare încât cercetătorii au consacrat termenul de „nomofobie” pentru a descrie teama de a nu fi în contact cu telefonul mobil (o abreviere pentru „no-mobile-phobia”).10

Smartphone-urile ne fură din timp, dar chiar şi simpla lor prezenţă este dăunătoare. În 2013, doi psihologi au invitat câte două persoane care nu se cunoşteau să intre într-o cămăruţă şi să înceapă o conversaţie.11 Pentru a înlesni procesul, psihologii au sugerat un subiect de discuţie: ce ar fi să vorbească despre un eveniment

interesant care li s-a întâmplat în ultima lună? Unele dintre perechile implicate în studiu au stat de vorbă în timp ce un smartphone era lăsat undeva în apropierea lor, iar pentru altele telefonul a fost înlocuit cu un caiet. Fiecare pereche a creat o conexiune într-o anumită măsură, dar cei care s-au cunoscut în prezenţa telefonului au avut dificultăţi în a crea o legătură. Aceştia au descris relaţiile pe care le-au format ca fiind de calitate inferioară, iar pe partenerii lor i-au descris ca fiind mai puţin empatici şi mai puţin de încredere. Telefoanele influenţează prin simpla lor existenţă, chiar şi atunci când nu simt folosite în mod activ. Ne distrag pentru că ne amintesc de lumea din afara conversaţiei imediate şi singura soluţie, conform cercetătorilor, este să le eliminăm complet.

Nu doar smartphone-urile sunt de vină. Bennett Foddy a jucat mii de jocuri video, dar a refuzat să joace World of Warcraft (WoW). Foddy este un inovator sclipitor, cu zeci de pasiuni. Lucrează ca dezvoltator de jocuri şi este profesor la Centrul de jocuri de la Universitatea New York. Foddy s-a născut şi a locuit în Australia, iar înainte să se mute de acolo pentru a studia filosofia, întâi la Universitatea Princeton şi apoi la Oxford, a cântat într-o trupă australiană, Cut Copy, trupă care a şi lansat mai multe melodii de mare succes şi care a câştigat o serie de premii muzicale australiene. Foddy are un respect uriaş pentru WoW, având în vedere ce se ştie despre joc, dar el însuşi nu este un jucător. „Consider că e parte din jobul meu să joc toate jocurile semnificative cultural de pe piaţă. Dar WoW nu am jucat, pentru că nu îmi permit pierderea de timp. Mă cunosc destul de bine şi bănuiesc că probabil mi-ar fi fost dificil să mă las de el”.

WoW s-ar putea să fie una dintre experienţele comportamentale cu cea mai mare predispoziţie la dependenţă de pe planetă.12 Este un joc online cu foarte

mulţi utilizatori care îşi asumă roluri[1] şi milioane de jucători din întreaga lume îşi construiesc personaje virtuale[2] care explorează ţinuturi, se luptă cu monştri, îndeplinesc misiuni şi interacţionează cu alţi jucători. Jumătate dintre jucători se consideră ei înşişi ca fiind „dependenţi”. Un articol din publicaţia *Popular Science* descria WoW ca fiind „răspunsul evident”, dacă s-ar căuta jocul cu cea mai mare predispoziţie la dependenţă din lume. Există grupuri de sprijin cu mii de membri şi mai mult de un milion de oameni au dat testul gratuit care verifică dependenţa – World of Warcraft Addiction Test. În zece ani, jocul a înregistrat profituri de mai bine de zece miliarde de dolari şi a adunat mai mult de o sută de milioane de abonaţi.1 Dacă ar forma o naţiune, ar fi a douăsprezecea cea mai mare din lume. Jucătorii de WoW îşi aleg un avatar care îi reprezintă pe măsură ce finalizează cu succes misiuni într-o lume virtuală numită Azeroth. Mulţi jucători se grupează în clanuri – echipe de avataruri aliate –, lucru esenţial, care contribuie la caracterul atât de generator de dependenţă al jocului. E dificil să dormi noaptea atunci când ştii că trei dintre coechipierii tăi din Copenhaga, Tokyo şi Mumbai s-au îmbarcat într-o misiune legendară fără tine. Pe măsură ce discutam, am fost uimit de pasiunea lui Foddy pentru jocuri. El crede mai presus de orice că acestea sunt o forţă categorică a binelui în lume – însă tot refuză să experimenteze farmecele lui Azeroth, de teamă să nu piardă luni sau ani din viaţă.

Jocuri ca WoW atrag milioane de adolescenţi şi tineri adulţi şi o minoritate considerabilă dintre aceştia – până la 40% – dezvoltă dependenţe.14 în urmă cu câţiva ani, un

---

1 Termen specific lumii jocurilor online – MMORPG – massive multiplayer online role-playing game (n.t.).

2 „Avatars", folosit deja în limba română sub forma „avataruri" (n.t.).

programator şi un psiholog şi-au unit forţele pentru a deschide în pădurile din apropiere de Seattle un centru specializat pe dependenţe de internet şi jocuri. Centrul, botezat reSTART, găzduieşte în jur de zece bărbaţi tineri dependenţi de WoW sau de alte jocuri. (reSTART a încercat să primească şi un mic grup de femei, dar mulţi dependenţi de internet dezvoltă şi dependenţe sexuale, aşadar, coabitarea a devenit o uriaşă sursă de distragere.) 15 Computerele nu au mai avut niciodată până acum capacitatea de memorie necesară pentru a rula jocuri ca WoW, care sunt mult mai rapide, mult mai complexe şi mult mai puţin rudimentare ca jocurile secolului XX. Acestea permit interacţiuni în timp real cu alţi oameni, aspect cu o pondere semnificativă în caracterul generator de dependenţă.

Tehnologia a schimbat şi felul în care facem mişcare. În urmă cu cincisprezece ani am cumpărat unul dintre primele modele de ceasuri Garmin, care monitorizează activitatea fizică, un mamut de dispozitiv dreptunghiular la graniţa dintre ceas şi greutate pentru încheietura mâinii. Era atât de greu încât trebuia să car o sticlă cu apă în cealaltă mână pentru a-i echilibra greutatea. Îşi pierdea semnalul GPS la fiecare câteva minute, iar durata de viaţă a acumulatorului era atât de limitată încât era inutil la alergări lungi. Astăzi există dispozitive mult mai mici care pot fi cu uşurinţă purtate şi care înregistrează fiecare pas. E ceva miraculos, dar în acelaşi timp e şi reţeta pentru obsesie. Obsesia pentru activitatea fizică a devenit o specialitate psihiatrică, pentru că sportivilor li se aminteşte constant de activitatea lor şi, chiar mai mult, de inactivitate. Cei care poartă ceasuri speciale pentru antrenamente devin captivi într-un ciclu al intensificării. Zece mii de paşi poate că au fost scopul extrem de dorit săptămâna trecută, dar săptămâna aceasta trebuie să fie unsprezece mii. Săptămâna viitoare douăsprezece mii şi

apoi paisprezece mii. Această tendinţă nu poate continua la nesfârşit, dar mulţi oameni se forţează, în ciuda unor fracturi induse de stres şi a altor accidentări semnificative în căutarea aceleiaşi euforii de y endorfine care, în urmă cu doar câteva luni, fusese generată de o cantitate mult mai mică de exerciţii fizice.

Evadarea din muncă, sesiunile de shopping sau tentaţiile porno au devenit şi mai dificile din cauza acestor tehnologii intruzive. Cândva era aproape imposibil să faci cumpărături şi să lucrezi între orele târzii ale nopţii şi primele ore ale dimineţii, dar acum poţi face shopping Online şi conexiunea cu jobul poate fi disponibilă la orice oră din zi. S-au dus şi zilele când se putea fura un exemplar al revistei *Playboy* de la chioşcul cu ziare; acum nu ai nevoie decât de internet şi un browser. Viaţa este mai confortabilă ca niciodată, dar confortul este blindat cu tentaţii.

Aşadar, cum am ajuns aici?

Primii „dependenţi comportamentali" au fost bebeluşi de două luni.16 La începutul lui decembrie 1968, 41 de psihologi care studiau vederea umană s-au întâlnit în oraşul New York pentru reuniunea anuală a Asociaţiei pentru cercetarea bolilor nervoase şi mintale, cu scopul de a discuta de ce uneori nu reuşim să vedem. Era o reuniune a celor mai luminate minţi ale lumii academice. Roger Sperry urma să câştige Premiul Nobel pentru medicină treisprezece ani mai târziu. Cercetătorul Wilder Penfield a fost descris cândva ca fiind „cel mai important canadian în viaţă", iar William Dement de la Stanford a fost încoronat drept „tatăl medicinei somnului".

Printre participanţi se afla psihologul Jérôme Kagan, cel care venise la Harvard cu un deceniu în urmă pentru a crea primul program specializat pe dezvoltarea umană. Până la retragerea sa o jumătate de secol mai târziu, acesta apărea ca fiind al douăzeci şi doilea cel mai eminent

psiholog al tuturor timpurilor – înaintea unor titani precum Ivan Pavlov, Carl Jung şi Noam Chomsky.

La reuniune, Kagan a adus în discuţie atenţia vizuală a bebeluşilor. El s-a întrebat cum ştiu bebeluşii de două luni la ce să se uite şi ce să ignore? Creierii lor în dezvoltare sunt bombardate de un univers de informaţii vizuale şi totuşi aceştia reuşeau cumva să înveţe să se concentreze la unele imagini şi să le ignore pe altele. Kagan a observat că bebeluşii foarte mici erau atraşi de obiecte în mişcare, cu contururi bine definite. De fapt, nu se mai puteau uita la altceva atunci când un cercetător legăna în faţa lor un cub de lemn. Conform lui Kagan, aceşti bebeluşi demonstrau „o dependenţă comportamentală de contur şi mişcare”.

Totuşi, după standardele moderne, ar fi cam mult să îi numim pe bebeluşi dependenţi comportamentali. Kagan avea dreptate când spunea că nu-şi puteau lua ochii, dar felul în care ne gândim astăzi la dependenţa comportamentală este destul de diferit. Este mai mult decât un instinct pe care nu-l putem depăşi, pentru că asta ar include şi clipitul sau respiratul. (încercaţi să vă ţineţi respiraţia până când leşinaţi şi creierul vostru vă va forţa în cele din urmă să respiraţi din nou. Faptul că nu ne putem abţine să inspirăm şi să expirăm înseamnă că este puţin probabil să murim din cauză că uităm să respirăm.) Definiţiile moderne recunosc că dependenţa este până la urmă ceva rău. Un comportament este considerat ca fiind de tip dependent doar dacă beneficiile pe care le aduce acum sunt în cele din urmă mai mici decât consecinţele dăunătoare. Respiraţia şi urmărirea cuburilor de lemn nu sunt generatoare de dependenţă, pentru că, chiar dacă este foarte dificil să ne împotrivim lor, nu sunt nocive. Dependenţa este o formă de ataşament profund faţă de o experienţă care dăunează şi fără de care este dificil de rezistat. Dependenţa comportamentală nu include

mâncatul, băutul, injectarea sau inhalarea de substanţe. Dependenţele apar atunci când cineva nu se poate împotrivi unui comportament care, în ciuda faptului că satisface o nevoie psihologică profundă pe termen scurt, face mult rău pe termen lung.

Obsesia şi compulsia sunt rude apropiate ale dependenţei comportamentale. Obsesiile sunt gânduri pe care o persoană nu se poate abţine să le aibă, iar compulsiunile sunt comportamente pe care cineva nu se poate abţine să le manifeste. Există o diferenţă clară între dependenţe şi obsesii, respectiv compulsiuni. Dependenţele vin cu promisiunea unor recompense imediate sau a unei întăriri de tip pozitiv. În schimb, obsesiile şi compulsiunile generează neplăceri profunde atunci când *nu* li se dă curs. Acestea promit o eliberare – cunoscută şi sub numele de întărire de tip negativ –, dar nu recompensele atractive ale unei dependenţe consumate. (Din moment ce sunt atât de apropiaţi, voi folosi toţi cei trei termeni în această carte.)

Dependenţa comportamentală mai are şi o a treia rudă – pasiunea obsesivă.1? în 2003, şapte psihologi canadieni, sub coordonarea cercetătorului Robert Vallerand, au scris o lucrare în care conceptul de pasiune era divizat în două. „Pasiunea”, spuneau aceştia, „este definită ca fiind o înclinare puternică în direcţia unei activităţi care le face oamenilor plăcere, pe care o consideră importantă şi în care investesc timp şi energie”. Pasiunile armonioase sunt activităţi foarte sănătoase, pe care oamenii aleg să le facă fără alte condiţionări – setul cu trenuleţe la care un bătrân lucrează de când era tânăr sau seriile de picturi abstracte pe care o femeie de vârstă mijlocie le desenează în timpul ei liber. „Indivizii nu sunt constrânşi să îndeplinească activitatea”, au spus cercetătorii, „ci aleg să facă asta de bunăvoie”. La acest tip de pasiune activitatea ocupă o pondere semnificativă, dar

nu copleşitoare, în identitatea persoanei şi se află în armonie cu alte aspecte ale vieţii individului”.

În schimb, pasiunile obsesive sunt nesănătoase şi uneori periculoase. Susţinute de o nevoie care depăşeşte simpla bucurie, este posibil ca acestea să genereze dependenţe comportamentale. Aşa cum au definit-o cercetătorii, individul „nu se poate abţine să nu se implice în activitatea tip pasiune. Pasiunea trebuie să îşi urmeze cursul pe măsură ce controlează individul. Pentru că implicarea în activitate este mai presus de controlul persoanei, în cele din urmă ajunge să ocupe o pondere disproporţionată în identitatea persoanei şi generează conflicte cu alte activităţi din viaţa persoanei”. Aceasta este pasiunea pentru un joc video pe care un adolescent îl joacă toată noaptea în loc să doarmă şi să îşi facă temele. Sau alergătorul care cândva alerga de plăcere, dar acum se simte obligat să alerge cel puţin io kilometri pe zi, într-un anumit ritm, chiar dacă asta îl afectează fizic. Până când nu ajunge la pat, incapabil să meargă, va continua să alerge în fiecare zi, pentru că identitatea şi bunăstarea lui sunt profund legate de această activitate. Pasiunile armonioase „fac viaţa să merite trăită”, dar o pasiune obsesivă întunecă mintea.

Desigur, există persoane care nu sunt de acord cu ideea că dependenţele ar putea exista strict la nivel comportamental. Aceştia întreabă: „Cum rămâne cu substanţele?” „Dacă poţi fi dependent de jocuri video şi smartphone-uri, de ce n-ai putea fi dependent de a mirosi flori sau de a merge înapoi?” *Poţi* fi dependent de acestea, teoretic. Dacă ajung să îndeplinească o nevoie profundă, dacă nu poţi rezista fără ele şi dacă începi să te ocupi de acestea cu preţul neglijării altor aspecte ale vieţii tale, atunci vei fi dezvoltat o dependenţă comportamentală de mirosit flori sau de mers înapoi. Probabil că nu sunt mulţi oameni cu aceste dependenţe particulare, dar nu sunt de

neconceput. În schimb, există mulţi, *mulţi* oameni care manifestă simptome similare atunci când le dai un smartphone, când le arăţi un joc video atractiv sau când pomeneşti despre e-mail.

Există şi oameni care consideră că termenul „dependenţă" nu se poate folosi pentru a descrie majoritatea populaţiei. „Nu devalorizează asta termenul «dependenţă»? Nu îl face să devină lipsit de sens şi gol?", întreabă aceştia. Atunci când, în 1918, o pandemie de gripă a omorât 75 de milioane de oameni, nimeni nu a sugerat că diagnosticul de gripă ar fi fost nesemnificativ. Situaţia cerea atenţie tocmai pentru că a afectat atât de mulţi oameni şi acelaşi lucru este valabil şi pentru dependenţa comportamentală. Este dificil să ne abţinem de la telefoane şi e-mailuri – pentru că ambele fac parte din societatea de azi şi promovează experienţe satisfăcătoare la nivel psihologic – şi vor mai apărea experienţe generatoare de dependenţe în deceniile care urmează. Nu ar trebui să folosim un termen diluat pentru a le descrie; ar trebui să conştientizăm cât de grave sunt, cât de mult rău fac bunăstării noastre colective şi cât de multă atenţie merită. Dovezile de până acum sunt îngrijorătoare, iar tendinţele sugerează că ne scufundăm şi mai mult în ape periculoase.

Chiar şi aşa, este important să folosim cu grijă termenul „dependenţă comportamentală".18 O etichetă îi poate încuraja pe oameni să vadă o tulburare în orice. Copiii timizi au fost deodată etichetaţi ca „suferind de Asperger" atunci când termenul a devenit popular; oamenii cu emoţii volatile au fost, la fel, etichetaţi ca fiind „bipolari". Allen Frances, psihiatru şi expert în dependenţă, îşi face griji în privinţa termenului „dependenţă comportamentală". „Dacă 35% dintre oameni suferă de o tulburare, atunci pur şi simplu face parte din natura umană", spune acesta. „Este o greşeală *să*

medicalizăm dependenţa comportamentală. Ar trebui să procedăm ca în Taiwan şi Coreea. Dependenţa comportamentală este percepută acolo mai degrabă ca o problemă socială decât ca una medicală”. Eu sunt de acord. Nu ar trebui să urmeze un tratament toţi cei care folosesc telefonul mai mult de 90 de minute pe zi. Dar de ce oare sunt smartphone-urile atât de atrăgătoare? Ar trebui să ne gândim la graniţe structurale pentru rolul din ce în ce mai mare pe care îl joacă în vieţile noastre, ale tuturor? Un simptom care afectează atât de mulţi oameni nu devine mai puţin real sau mai puţin acceptabil doar pentru că devine o nouă normă; trebuie să înţelegem acel simptom pentru a decide cum trebuie gestionat.

Chiar, cât de frecvente sunt dependenţele comportamentale? 1? Cele mai grave dependenţe, care îi aduc pe oameni în spitale sau care îi împiedică să ducă vieţi cât de cât normale, sunt destul de rare şi afectează doar câteva procente din populaţie. Însă dependenţele comportamentale moderate au o incidenţă mult mai mare. Aceste dependenţe ne fac să ne simţim mai puţin împliniţi în viaţă, ne fac să fim mai puţin eficienţi la lucru şi la joacă şi ne limitează interacţiunile cu alţi oameni. Induc traume psihologice mai blânde decât dependenţele grave, dar chiar şi traumele mai mici se acumulează în timp şi duc la degradarea bunăstării individului.

Este dificil să ne dăm seama cât de mulţi oameni suferă de dependenţe comportamentale, pentru că cele mai multe dintre ele nu ajung să fie menţionate. Zeci de studii au investigat acest aspect, dar cea mai cuprinzătoare cercetare îi aparţine unui profesor de psihologie britanic, Mark Griffiths, care studiază dependenţele comportamentale de mai bine de 20 de ani. Acesta vorbeşte pe cât de repede şi pe cât de pasional v-aţi aştepta din partea cuiva care a publicat mai mult de 500 de lucrări până la mijlocul carierei. Student precoce,

Griffiths şi-a finalizat doctoratul la 23 de ani – cu câţiva ani înainte de explozia internetului. „Era 1994”, spune Griffiths, „prezentam o lucrare la o întâlnire anuală a Societăţii Britanice de Psihologie, întâlnire centrată pe tehnologie şi dependenţă, şi a existat o conferinţă de presă după prezentări. La acel moment se vorbea despre dependenţe de jocuri de noroc, jocuri video şi TV şi cineva a întrebat dacă auzisem de chestia asta nouă numită y internet şi dacă ar putea duce la noi forme de dependenţă”. La început Griffiths n-a prea ştiut ce să creadă despre internet, dar era fascinat de ideea că ar putea duce la dependenţă. A făcut demersuri pentru a obţine o finanţare guvernamentală şi a început să studieze problema.

Reporterii îl întrebau adesea pe Griffiths cât de frecvente erau dependenţele comportamentale, dar avea mari dificultăţi în a le da un răspuns clar. Informaţiile pur şi simplu nu erau disponibile. Aşa că s-a aliat cu doi cercetători de la Universitatea din California de Sud pentru a afla. Aceştia au publicat o lucrare analitică cuprinzătoare şi riguroasă în 2011, după ce trecuseră prin zeci de studii, fiecare dintre acestea fiind filtrat serios înainte de a fi inclus. Studiile fuseseră luate în calcul doar dacă avuseseră cel puţin 500 de participanţi, femei şi bărbaţi, cu vârste cuprinse între 16 şi 65 de ani şi instrumentele de măsură fuseseră de încredere şi susţinute de cercetări atente. Rezultatul s-a concretizat într-un număr impresionant de 83 de studii, care au cumulat 1, 5 milioane de participanţi de pe patru continente. Studiile erau concentrate pe dependenţe de jocuri de noroc, dragoste, sex, shopping, internet, exerciţii fizice şi muncă, dar şi dependenţe de alcool, nicotină, narcotice şi alte substanţe.

Concluzia: un uluitor procent de 41% din populaţie suferise de cel puţin o dependenţă comportamentală în

ultimele douăsprezece luni. Acestea nu sunt tulburări triviale; Griffiths şi colegii săi spuneau că aproape jumătate din populaţie resimţise următoarele simptome:

Pierderea capacităţii de a alege liberânt re oprirea sau continuarea comportamentului (pierderea controlului) şi suportarea consecinţelor neplăcute datorate manifestării comportamentului.

Cu alte cuvinte, individul nu mai poate să estimeze realist când se va manifesta comportamentul, cât timp va dura, când se va opri sau ce alte comportamente ar putea să devină asociate cu cel de tip dependent. În consecinţă, se renunţă la alte activităţi sau, dacă nu se renunţă de tot la ele, acestea nu mai sunt percepute ca fiind la fel de plăcute ca altă dată. Alte consecinţe negative ale comportamentului de tip dependent pot fi influenţele asupra rolurilor vieţii (serviciu, activităţi sociale sau hobby-uri), limitarea relaţiilor sociale, activităţi ilegale sau probleme de natură legală, implicarea în situaţii periculoase, răni fizice şi deteriorări, pierderi financiare sau traume emoţionale.

Unele dintre aceste dependenţe continuă să se amplifice odată cu inovaţiile tehnologice şi schimbările sociale. Un studiu recent sugera că până la 40% din populaţie suferă de o formă sau alta de dependenţă legată de internet, fie de e-mail, jocuri sau pornografie.20 Un alt studiu a arătat că 48% din eşantionul de studenţi americani pe care îl analizase erau „dependenţi de internet”, iar alţi 40% erau la limita dependenţei sau potenţiali dependenţi. Atunci când li s-a solicitat să vorbească despre interacţiunile lor cu internetul cei mai mulţi dintre studenţi au înclinat spre consecinţele negative, explicând că munca lor, relaţiile şi vieţile de familie aveau de suferit din cauză că petreceau prea mult timp online.

În acest moment s-ar putea să vă întrebaţi dacă şi voi

înşivă sau cineva la care ţineţi este practic „dependent de internet”. Aceasta este o mostră de cinci întrebări din cele 20 cuprinse în Testul de dependenţă de internet, un instrument folosit la scară largă pentru a măsura dependenţa de internet.21 Opriţi-vă puţin pentru a răspunde la fiecare întrebare conform scalei de mai jos, cuprinsă între o şi 5:

Testul de dependenţă de internet

Alegeţi răspunsul care reprezintă cel mai bine frecvenţa fiecărui comportament menţionat, folosind scala de mai jos

O = Nu este cazul
1 = Rareori
2 = Ocazional
3 = Frecvent
4 = Adesea
5 = întotdeauna

Cât de frecvent vă surprindeţi petrecând online mai mult timp decât vă propuseseraţi? Cât de frecvent se plâng alte persoane din viaţa voastră de cât timp petreceţi online?

Cât de frecvent vă verificaţi e-mailul înainte de orice altceva trebuie să faceţi?

Cât de frecvent dormiţi mai puţin din cauza sesiunilor online la ore târzii ale nopţii?

Cât de frecvent vă surprindeţi spunând „doar câteva minute” atunci când sunteţi online?

Dacă aţi obţinut cel mult 7 puncte, atunci nu manifestaţi semne că aţi fi dependenţi de internet. Un scor cuprins între 8 şi 12 puncte sugerează o dependenţă uşoară de internet – s-ar putea să staţi pe internet prea mult timp uneori, dar în general aveţi situaţia sub control. Un scor între 13 şi 20 indică o dependenţă moderată, ceea ce înseamnă că relaţia voastră cu internetul vă face „probleme ocazionale sau frecvente”.

Un scor cuprins între 21 şi 25 sugerează o dependenţă gravă de internet şi indică faptul că internetul produce „probleme semnificative în viaţa voastră”. (Mă voi întoarce la problema gestionării unui scor mare în cea de-a treia secţiune a acestei cărţi.)

În afara dependenţei de internet, 46% dintre oameni spun că nu ar suporta să trăiască fără telefoanele lor (unii ar prefera să fie ei înşişi răniţi fizic decât să le păţească ceva telefoanele) 22 şi 80% dintre adolescenţi îşi verifică telefonul cel puţin o dată pe oră.23 în 2008, adulţii îşi petreceau cu telefoanele, în medie, 18 minute pe zi; în 2015 îşi petreceau două ore şi 48 de minute pe zi.24 Această întoarcere spre dispozitive mobile este periculoasă, pentru că un dispozitiv care călătoreşte cu tine este întotdeauna un instrument mai favorabil dependenţei. Un studiu a raportat că 60% dintre participanţi se uitaseră compulsiv la zeci de episoade din serii TV la rând, în ciuda faptului că intenţionaseră să se oprească mult mai repede. Până la 59% dintre oameni spun că sunt dependenţi de reţele sociale şi că, până la urmă, concentrarea lor asupra acestor platforme îi face nefericiţi. Din acel grup, jumătate spun că simt nevoia să acceseze acele platforme cel puţin o dată pe oră. După o oră devin anxioşi, agitaţi şi incapabili să se mai concentreze. În paralel, existau 280 de milioane de dependenţi de smartphone-uri în 2015. Dacă s-ar aduna cu scopul de a forma „Statele Unite ale Nomofobiei”, ar deveni a patra cea mai populată ţară din lume, după China, India şi Statele Unite.

În anul 2000, Microsoft Canada raporta că individul obişnuit reuşea să rămână atent 12 secunde; până în 2013 atenţia scăzuse la 8 secunde.2 (Conform Microsoft, un peştişor auriu are, prin comparaţie, o atenţie medie de 9 secunde.) „Atenţia oamenilor se diminuează”, constata raportul. Dintre tinerii cu vârste cuprinse între 18 şi 24 de

ani, 77% susţineau că recurg la telefoanele mobile înainte de a face orice altceva atunci când nu se întâmplă nimic. Din acelaşi grup, 87% spun că adesea se deconectează de restul lumii uitându-se la episod după episod din seriale TV. Chiar mai îngrijorător, cei de la Microsoft au cerut unui număr de 2000 de tineri adulţi să îşi concentreze atenţia asupra unui şir de numere şi litere pe monitorul unui calculator. Cei care petreceau mai puţin timp pe reţelele sociale au fost cu mult mai buni la îndeplinirea sarcinii.

La originile sale, termenul dependenţă se referea la un alt tip de legătură puternică: în Roma antică a fi dependent însemna că tocmai fusesei condamnat la sclavie.26 Dacă îi datorai cuiva bani şi nu-ţi puteai plăti datoria, un judecător te condamna la dependenţă. Erai forţat să lucrezi ca sclav până când îţi răscumpărai datoria. Aceasta a fost prima utilizare a cuvântului *dependenţă*, dar sensul a evoluat şi a ajuns să descrie orice legătură care era dificil de rupt. Dacă îţi plăcea să bei vin, erai dependent de vin; dacă îţi plăcea să citeşti cărţi, erai dependent de cărţi. Nu era nimic fundamental greşit cu a fi dependent; mulţi dependenţi erau pur şi simplu oameni cărora *chiar* le plăcea să mănânce sau să bea, să joace cărţi sau să citească. A fi dependent însemna să fii pasionat de ceva, iar cuvântul *dependenţă* s-a diluat pe parcursul timpului.

În anii 1800 medicina a dat cuvântului un nou reviriment. Doctorii i-au acordat atenţie în mod special la sfârşitul anilor 1800, atunci când chimiştii au învăţat să sintetizeze cocaina, pentru că devenise din ce în ce mai dificil să îi dezveţe pe utilizatori de folosirea acestui medicament. La început cocaina păruse a fi un miracol, permiţându-le celor în vârstă să se plimbe kilometri întregi şi celor epuizaţi să gândească limpede din nou. Totuşi, la final, cei mai mulţi dintre utilizatori deveneau dependenţi şi mulţi nu supravieţuiau.

Mă voi întoarce în scurt timp la dependenţa comportamentală, dar pentru a înţelege evoluţia fenomenului va trebui să mă concentrez întâi pe dependenţa de substanţe. Cuvântul „dependenţă” se referă la abuzul de substanţe doar de două secole încoace, dar oamenii au tot fost dependenţi de substanţe timp de mii de ani. Dovezi ADN sugerează că oamenii de Neanderthal erau purtători ai unei gene cunoscute sub numele de DRD4 – 7R chiar şi în urmă cu 40 de mii de ani. DRD4 – 7R este responsabilă pentru o gamă întreagă de comportamente care i-au făcut pe oamenii de Neanderthal să se distingă de umanoizii de dinaintea lor, inclusiv în ceea ce priveşte asumarea de riscuri, deschiderea spre nou şi căutarea anumitor senzaţii.2 în timp ce oamenii pre Neanderthal erau timizi şi evitau riscurile, cei de Neanderthal explorau în mod constant necunoscutul şi rareori erau satisfăcuţi. O variantă a DRD4 – 7R, cunoscută ca DRD4 – 4R, este şi astăzi prezentă în ADN-ul unui procent de aproximativ 10% din populaţie, iar purtătorii acesteia sunt cu mult mai predispuşi să fie temerari şi dependenţi în serie.

Este imposibil să spunem cu exactitate cine a fost primul om dependent, dar consemnările sugerează că el sau ea a trăit cu mai bine de treisprezece mii de ani în urmă.28 Lumea era atunci un loc foarte diferit. Oamenii de Neanderthal dispăruseră de multă vreme, dar Pământul încă era acoperit de gheţari, mamuţii urmau să mai existe încă două mii de ani, iar oamenii abia începuseră să domesticească oile, porcii, caprele şi vacile. Creşterea animalelor şi agricultura urmau să apară abia peste câteva milenii, dar pe insula Timor din sud-estul Asiei cineva dăduse peste betel.[3]

Betelul este vărul antic, nerafinat, al ţigărilor

3 Fructul (nucile) palmierului Areca (n.t.).

moderne. Nucile betel conţin un lichid uleios şi inodor cunoscut sub numele de arecolină, iar acesta este foarte similar nicotinei.2? Atunci când mesteci o nucă betel, vasele de sânge se dilată, respiri mai uşor, îţi creşte pulsul şi te simţi mai relaxat. Adesea oamenii susţin că gândesc mai limpede după ce mestecă betel şi încă este un drog popular în unele zone din sudul şi sud-estul Asiei.

Totuşi betelul are un efect secundar nefericit. Dacă mesteci aceste nuci suficient de mult, dinţii se înnegresc, se cariază şi s-ar putea să cadă. În ciuda costului cosmetic evident al consumului de astfel de nuci, destui dintre cei care le folosesc continuă să le mestece chiar şi pe măsură ce îşi pierd dinţii. Atunci când împăratul chinez Zhou Zhengwang a vizitat Vietnamul în urmă cu două mii de ani, şi-a întrebat gazdele de ce aveau dinţii negri. I s-a explicat că „mestecatul de betel este util pentru menţinerea unor condiţii sanitare bune în cavitatea bucală; aşadar, dinţii devin negri”. În cel mai bun caz s-ar putea spune că acest raţionament este discutabil. Atunci când părţi din tine devin negre de tot, chiar trebuie să ai o minte vizionară pentru a concluziona că transformarea este sănătoasă.

Cei din Asia de Sud nu erau singurii dependenţi antici. Şi alte civilizaţii s-au dedat la orice creştea în zonele lor. Timp de mii de ani locuitorii Peninsulei Arabice şi din Cornul Africii au mestecat frunze de catinonă, un stimulent care are acelaşi efect ca drogul cunoscut sub numele de speed sau metamfetamină. Cei care consumă catinona devin vorbăreţi, euforici şi hiperactivi, iar pulsul le creşte de parcă ar fi băut câteva ceşti de cafea tare. Cam în aceeaşi perioadă, aborigenii australieni au descoperit planta cunoscută ca pituri, în timp ce contemporanii lor din America de Nord au descoperit tutunul. Ambele pot fi fumate sau mestecate şi ambele conţin o doză serioasă de nicotină. În paralel, în urmă cu şapte mii de ani, sud-americanii din Anzi au început să mestece frunze de coca

la întrunirile comunale de amploare. La o emisferă distanţă, sumerienii învăţau să prepare opiu, ceea ce le provoca atât de multă plăcere încât au inscripţionat instrucţiunile pe tăbliţe de lut.

Dependenţa de substanţe, aşa cum o ştim noi, este relativ nouă, pentru că se bazează pe procese chimice sofisticate şi echipament costisitor. În serialul TV *Breaking Bad*, profesorul de chimie transformat în producător de metamfetamină, Walter White, este obsedat de puritatea produsului său. El produce „Cer albastru”, care are o puritate de 99, 1% şi câştigă un imens respect la nivel global (şi milioane de dolari din vânzarea drogurilor). Însă, în realitate, dependenţii de metamfetamină vor cumpăra orice pot găsi, aşa că cei care se ocupă cu vânzarea amestecă produsul de bază cu ingrediente de umplutură care îi diluează puritatea. Independent de accentul pus pe puritate, procesul de fabricaţie a drogului este complicat şi tehnic. Acelaşi lucru este valabil şi pentru multe alte droguri, care sunt foarte diferite din punct de vedere chimic de plantele naturale care conţin compuşii de bază.

Înainte ca drogurile să fie o afacere de amploare, doctorii şi chimiştii le-au descoperit efectele pe bază de încercare şi eroare sau din întâmplare. În 1875, Asociaţia medicală britanică îşi alegea cel de-al 44-lea preşedinte în persoana lui Sir Robert Christison, în vârstă de 75 de ani. Christison era înalt, sever şi excentric. O începuse să profeseze cu 50 de ani în urmă, chiar în timp ce criminalii englezi învăţau să se otrăvească reciproc cu arsenic, stricnină şi cianură. Christison se întrebase cum este afectat corpul uman de ele şi de alte toxine. Voluntarii se găseau greu, aşa că decenii întregi a înghiţit şi regurgitat el însuşi otrăvuri periculoase, consemnându-le efectele în timp real, chiar înainte să-şi piardă cunoştinţa.

Una dintre aceste toxine era o mică frunză verde, care îi amorţea gura lui Christison, îi dădea un plus de

energie durabilă şi îl făcea să se simtă cu decenii mai tânăr decât cei 80 de ani pe care îi avea. Christison s-a simţit atât de înviorat încât a hotărât să iasă la o plimbare lungă. După 9 ore şi 25 de kilometri parcurşi, s-a întors acasă şi a notat că nu se simţea nici înfometat şi nici însetat. A doua zi dimineaţa s-a trezit simţindu-se în formă şi pregătit să înfrunte o nouă zi. Christison mestecase frunza de coca, planta responsabilă pentru celebra sa rudă-stimulent – cocaina.

În Viena, la peste 1500 de kilometri spre sud-est, un tânăr neurolog experimenta şi el cu cocaina. Mulţi şi-l amintesc pe Sigmund Freud pentru teoriile sale despre personalitatea umană, sexualitate şi vise, dar la vremea lui a fost celebru şi pentru promovarea cocainei. Chimiştii sintetizaseră prima dată drogul cu trei decenii mai devreme, iar Freud a citit cu interes despre miraculoasa plimbare de 25 de kilometri a lui Christison. Freud a descoperit nu doar că îi dădea energie, dar cocaina îi calma şi episoadele depresive recurente şi indigestia. Într-una din cele peste 900 de scrisori pe care i le-a trimis logodnicei sale, Martha Bernays, Freud scria:

Dacă merge bine, voi scrie un eseu despre cocaină şi mă aştept ca aceasta să îşi câştige locul în procedurile terapeutice, alături de morfină şi superioară acesteia… Eu iau în mod regulat doze foarte mici pentru depresie şi indigestie, cu un succes fenomenal.

Viaţa lui Freud a fost plină de urcuşuri şi coborâşuri, dar deceniul de după această scrisoare trimisă Marthei a fost în mod deosebit turbulent. A început cu o culme: publicarea în

1884 a eseului său numit „Über Coca” 1 Aşa cum spunea Freud, „Über Coca” era „o odă în cinstea acestei substanţe magice”. Freud a jucat toate rolurile în drama „Über Coca”; a fost experimentator, cobai şi scriitor înflăcărat.

La câteva minute după ce se ia cocaină individul simte o încântare subită şi are un sentiment de uşurare. Se simte ca o mângâiere pe buze şi în cerul gurii, iar apoi o senzaţie de căldură în aceleaşi zone… Efectul psihologic al cocainei… constă în încântare şi euforie de durată, cu nimic diferită de euforia normală a unei persoane sănătoase.

„Über Coca" face aluzie şi la partea mai întunecată a cocainei, deşi Freud părea mai mult fascinat decât îngrijorat:

În timpul acestui prim experiment am avut şi un scurt episod în care am resimţit efecte toxice… Respiraţia îmi devenise mai înceată şi mai profundă şi m-am simţit obosit şi somnoros; am căscat frecvent şi m-am simţit cam fără chef… Dacă se lucrează intensiv sub influenţa plantei de coca, după trei sau cinci ore apare un declin în senzaţia de bine, iar pentru a ţine la distanţă oboseala este necesară încă o doză de coca.

Mulţi psihologi l-au criticat pe Freud pentru că cele mai cunoscute teorii ale sale sunt imposibil de testat (sunt cu adevărat preocupaţi de uter bărbaţii care visează peşteri?), dar a fost excelent în experimentele sale riguroase cu cocaina. Aşa cum demonstrează scrisorile sale, Freud a descoperit cum cocaina, la fel ca orice stimulent care dă dependenţă, îşi pierdea efectul, iar în timp îşi diminua influenţa. Singura cale de a recrea prima experienţă era prin doze repetate, din ce în ce mai mari. El a luat cel puţin o duzină de doze mari şi în cele din urmă a devenit dependent. Se chinuia să gândească şi să lucreze fără drog şi era convins că cele mai bune idei prindeau aripi sub influenţa substanţei. În 1895 nasul i s-a infectat şi a recurs la operaţii pentru a-şi repara nările distruse. Într-o scrisoare adresată prietenului şi specialistului său ORL Wilhelm Fliess, Freud a descris cu detalii grăitoare efectele cocainei. În mod ironic, singura chestie care îi

alina atunci nasul era o nouă doză de cocaină. Când durerile erau foarte intense, îşi înmuia nările cu o soluţie de apă şi cocaină. Un an mai târziu, demoralizat fiind, a concluzionat: cocaina era mai mult nocivă decât benefică. În 1896, la doisprezece ani după primul contact cu cocaina, Freud a trebuit să înceteze complet să mai ia drogul.

Cum a putut Freud să vadă avantajele cocainei, dar nu şi foarte evidentele părţi proaste? La începutul idilei sale cu drogul, fusese convins că asta era soluţia pentru dependenţa de morfină. El a descris cazul unui pacient care renunţase brusc la morfină şi intrase în „sevraj subit", chinuit de frisoane şi valuri de depresie. Însă, atunci când acesta a început să ia cocaină, s-a recuperat complet, funcţionând normal cu ajutorul unei doze mari de cocaină în fiecare zi. Cea mai mare greşeală a lui Freud a fost că a crezut că acest efect avea să fie permanent:

După zece zile a reuşit să renunţe cu totul la tratamentul cu coca. Aşadar, tratamentul dependenţei de morfină cu ajutorul coca nu înseamnă doar schimbarea unei dependenţei cu alta… consumul de coca este doar temporar.

Freud a fost sedus de cocaină parţial pentru că trăia într-o epocă în care dependenţa se presupunea că îi afectează pe cei cu minţi şi corpuri slabe. Geniul şi dependenţa erau incompatibile, iar el (la fel ca Robert Christison) a descoperit cocaina pe când era la apogeul puterilor sale intelectuale. Freud a înţeles atât de profund greşit drogul, încât credea că putea înlocui şi elimina dependenţa de morfină. Nu a fost singurul care a crezut asta. Cu două decenii înainte ca Freud să scrie „Über Coca", un colonel din armata confederată devenise dependent de morfină după ce fusese rănit în timpul ultimei bătălii din Războiul Civil american. Şi el a crezut că putea să îşi depăşească dependenţa de morfină cu o

tinctură bazată pe cocaină. S-a înşelat, dar doctoria sa a ajuns în cele din urmă să fie una dintre cele mai consumate substanţe de pe Pământ.

Războiul Civil s-a încheiat cu o bătălie scurtă, dar sângeroasă, în seara zilei de Paşte, pe 16 aprilie 1865. Armatele unioniste şi confederate s-au înfruntat pe râul Chattahoochee, în apropiere de Columbus, Georgia, şi s-au luptat călare în apropierea a doua poduri de pe râu. Un soldat confederat ghinionist, John Pemberton, a dat peste un zid de cavalerişti unionişti atunci când a încercat să blocheze un pod care ducea în centrul oraşului Columbus. Pemberton s-a repezit la o sabie, dar a fost împuşcat înainte să o poată folosi. În timp ce se retrăgea în agonie, un soldat unionist i-a făcut lui Pemberton o tăietură adâncă de-a lungul pieptului şi stomacului. S-a prăbuşit, aproape să moară, dar a fost târât într-un loc sigur de un prieten.

Pemberton a supravieţuit, dar rana i-a provocat dureri luni întregi. La fel ca mii de alţi soldaţi răniţi, şi-a tratat durerea cu morfină. La început doctorii îi administraseră doze mici, la intervale mari de timp, dar Pemberton a început să devină tolerant la drog. A cerut doze mai mari din ce în ce mai des şi până la urmă a devenit pe deplin dependent. Doctorii au făcut tot ce au putut pentru a-l dezvăţa de drog, dar au fost subminaţi la fiecare pas – Pemberton fusese chimist înainte de război, aşa că vechii săi furnizori l-au aprovizionat atunci când contribuţia armatei s-a diminuat. Prietenii lui au început să se îngrijoreze, iar Pemberton a fost în cele din urmă obligat să recunoască faptul că morfina îi făcea mai mult rău decât bine.

La fel ca orice om de ştiinţă competent – şi asemenea lui Freud, mai târziu – Pemberton a făcut experimente. 2 Scopul lui era să găsească un substitut pentru morfină care să nu dea dependenţă şi care să elimine durerile cronice. Până în 1880, după câteva încercări eşuate,

Pemberton a dat lovitura cu aşa-numitul Pembertons French Wine Coca: o combinaţie de vin, frunze de coca, nuci de Kola şi o plantă aromatică – damiana. În anii 1880 nu exista o instituţie care să reglementeze produsele alimentare şi medicamentele, aşa că Pemberton era liber să laude (aluziv) beneficiile medicale ale tonicului, chiar dacă nu era chiar foarte sigur în ceea ce priveşte felul în care acţiona. În 1885 a plătit pentru un anunţ la ziar care spunea:

French Wine Coca este susţinut de mai bine de 20.000 dintre cei mai educaţi şi riguroşi ştiinţific medici din lume…

…Americanii sunt cei mai agitaţi oameni din lume… Pe toţi cei care suferă de orice disconfort nervos îi încurajăm să recurgă la French Wine Coca, un remediu minunat şi încântător, infailibil când vine vorba despre vindecarea tuturor celor care sunt afectaţi de orice problemă nervoasă, dispepsie, epuizare mintală şi fizică, orice problemă cronică debilitantă, iritabilitate gastrică, constipaţie, dureri de cap, nevralgii etc. Toate sunt vindecate rapid de Coca Wine…

…Coca este un revigorant minunat pentru organele sexuale şi va remedia slăbiciunea seminală, impotenţa etc. atunci când toate celelalte remedii nu dau roade…

Pentru nefericiţii care suferă de dependenţă de morfină sau de obiceiul opiului ori de folosirea excesivă a stimulenţilor alcoolici, French Wine Coca s-a dovedit a fi o mare binecuvântare şi mii de oameni îl numesc cel mai remarcabil revigorant care a susţinut vreodată un sistem în declin.

La fel ca Sigmund Freud, Pemberton credea că o combinaţie de cafeină şi frunze de coca urma să îi învingă dependenţa de morfină fără să se aleagă cu o alta în loc. Când guvernul local a promulgat legea prohibiţiei în 1886, Pemberton a eliminat vinul din doctoria sa şi a botezat-o

Coca-Cola.

Povestea se împarte în două de aici încolo. Pentru produsul Coca-Cola, nimic nu a stat în calea triumfului. Coca-Cola a trecut de la putere la putere, fiind vândută întâi magnatului Aşa Candler şi apoi geniilor în marketing Ernest Woodruff şi W.C. Bradley. Woodruff şi Bradley au avut sclipitoarea idee de a vinde Cola în seturi de câte şase, pentru a putea fi duse mai uşor de la magazin acasă şi amândoi au devenit incredibil de bogaţi. Pentru individul John Pemberton, lucrurile au stat pe dos. Coca-Cola nu s-a dovedit a fi un substitut bun pentru morfină, iar dependenţa lui s-a agravat. În loc să înlocuiască morfina, cocaina a complicat problema, starea lui de sănătate s-a deteriorat, iar în 1888 a murit falit.

E uşor să ne uităm înapoi cu superioritate atunci când ne gândim la cât de puţin înţelegeau Freud şi Pemberton despre cocaină. Noi ne învăţăm copiii că este periculoasă şi e greu de crezut că experţii considerau cocaina ca fiind un panaceu cu doar un secol în urmă. Dar poate că superioritatea noastră nu e justificată. La fel cum cocaina i-a fermecat pe Freud şi Pemberton, astăzi noi suntem îndrăgostiţi de tehnologie. Suntem dispuşi să trecem cu vederea costurile datorită numeroaselor beneficii aparente: pentru mijloacele de divertisment la cerere, servicii auto şi curăţătorii; Facebook şi Twitter; Instagram şi Snapchat; Reddit şi Imgur; Buzzfeed şi Mashable; Gawker şi Gizmodo; site-uri de pariuri online, platforme video pe internet şi portaluri de muzică; săptămâni cu o sută de ore de lucru, reprize scurte de somn şi antrenamente la sală de patru minute; şi dezvoltarea unei noi rase de obsesii, compulsii şi dependenţe care abia dacă existau în secolul XX.

Şi apoi mai e şi lumea socială a adolescentului modern.

În 2013, psihologul Catherine Steiner-Adair a

explicat că mulţi copii americani intră prima dată în contact cu lumea digitală atunci când observă că părinţii lor „nu sunt la datorie”. „Mama mea se uită la iPad în timpul cinei aproape tot timpul”, i-a spus un copil de 7 ani lui Steiner-Adair. „Întotdeauna «doar se uită ce mai e pe acolo»”. Penny, şi ea tot în vârstă de 7 ani, a spus: „O tot rog mereu să ne jucăm, să ne jucăm, iar ea scrie tot timpul mesaje pe telefon”. La 13 ani, Angela îşi doreşte ca părinţii ei să fi înţeles că „tehnologia nu reprezintă întreaga lume… e enervant pentru că e la modul ai şi o familie! Ce ziceţi să petrecem pur şi simplu nişte timp împreună, iar ei răspund gen «Stai aşa… Vreau doar să mă uit repede la ceva pe telefon. Trebuie să sun la serviciu şi să văd ce se petrece»”. Părinţii care au copii mai mici fac şi mai mult rău atunci când se tot uită mereu la telefoanele şi tabletele lor. Folosindu-se de camere video ataşate la nivelul capului, cercetătorii au demonstrat că bebeluşii urmăresc instinctiv ochii părinţilor lor.34 Părinţii distraşi cresc copii distraşi, pentru că părinţii care nu se pot concentra îşi învaţă copiii aceleaşi tipare de atenţie. Cercetătorul coordonator al lucrării spune că: „Aptitudinea copiilor de a fi cât mai atenţi este cunoscută ca fiind un puternic indicator al succesului lor ulterior în domenii ca abilităţi lingvistice, rezolvarea de probleme şi alte praguri esenţiale în dezvoltarea cognitivă. Părinţii care par a fi distraşi sau care privesc intens în altă direcţie în timp ce copiii lor se joacă par să aibă un impact negativ asupra capacităţii de menţinere a atenţiei concentrate în cazul bebeluşilor, într-un stadiu-cheie al dezvoltării”.35

Copiii nu se nasc tânjind după tehnologie, dar ajung să o considere indispensabilă. Până când ajung la gimnaziu vieţile lor sociale migrează din lumea reală în cea digitală. Toată ziua, în fiecare zi, distribuie sute de milioane de poze pe Instagram şi trimit miliarde de mesaje. Nu au opţiunea de a lua o pauză, pentru că acesta este locul în care vin

pentru confirmări şi prietenie.

Interacţiunile Online nu sunt pur şi simplu diferite de cele din lumea reală; acestea sunt cuantificabil de calitate inferioară. Oamenii învaţă empatia şi înţelegerea prin urmărirea felului în care acţiunile lor îi afectează pe alţii. Empatia nu poate înflori fără feedback imediat şi este o aptitudine cu un ritm de dezvoltare foarte lent. O analiză făcută pe 72 de studii a arătat că empatia s-a diminuat în rândul studenţilor între 1979 şi 2009. Aceştia sunt mai puţin predispuşi să încerce să privească lucrurile din perspectiva altora şi manifestă mai puţină grijă faţă de alţii. Problema este serioasă în rândul băieţilor, dar mai gravă la fete. Conform unui studiu, una din trei adolescente spune că cei de vârsta ei sunt în mare parte răutăcioşi între ei pe reţelele sociale. Acest fenomen este valabil pentru unul din unsprezece băieţi cu vârste cuprinse între 12 şi 13 ani şi pentru unul din şase băieţi cu vârste între 14 şi 17 ani.

Mulţi adolescenţi refuză să vorbească la telefon sau faţă în faţă şi îşi gestionează conflictele prin mesaje scrise. „Este prea stânjenitor în persoană”, i-a spus o fată lui Steiner-Adair. „Tocmai m-am certat cu cineva prin mesaje şi am întrebat: «Pot să te sun sau să avem un apel video?» şi mi-a răspuns «Nu»”. O altă fată a spus: „Poţi să analizezi mai mult şi să planifici ce vrei să spui şi nu va trebui să te confrunţi cu mutra lor sau să le vezi reacţia”. Cu siguranţă aceasta este o cale foarte nefericită de a învăţa să comunici, pentru că descurajează capacitatea de a fi direct. Aşa cum spune Steiner-Adair, „mesajele scrise s-ar putea să fie cel mai prost antrenament posibil pentru oricine aspiră să aibă o relaţie matură, iubitoare, sensibilă”. În tot acest timp, adolescenţii sunt blocaţi în acest mediu. Ei fie se lipesc de lumea online, fie aleg să nu „petreacă timp” cu prietenii lor.

La fel ca Steiner-Adair, jurnalista Nancy Jo Sales a

avut o serie de interviuri cu fete cu vârste cuprinse între 13 şi 19 ani pentru a înţelege cum interacţionează ele cu reţelele sociale. 6 Timp de doi ani şi jumătate ea a călătorit pe teritoriul Statelor Unite, a vizitat zeci de state şi a vorbit cu sute de fete. Şi ea a concluzionat că acestea erau cufundate în lumea online, unde învăţau şi se confruntau cu cruzime, sexualizare excesivă şi dezordine socială. Uneori reţelele sociale erau doar încă o modalitate de a comunica – dar pentru multe dintre fete era o cale clară spre suferinţă. Aşa cum se întâmplă cu mai toate contextele generatoare de dependenţă, aceasta era combinaţia letală: aproape fiecare adolescentă folosea una sau mai multe platforme de reţele sociale, aşa că erau obligate să aleagă între izolare socială şi uz excesiv compulsiv. Nu e de mirare că atât de multe dintre ele petreceau ore întregi cu scrierea mesajelor şi postarea pe Instagram în fiecare zi după şcoală; oricum s-ar uita la lucruri, acesta era mersul normal al lucrurilor. În acord cu descrierea lui Sales, Jessica Contrera a scris pentru *Washington Post* un articol cu titlul „13, chiar acum”.37 Contrera a trecut în revistă câteva zile din viaţa unei fete de 13 ani, Katherine Pommerening, o puştoaică obişnuită de clasa a opta care se cocoşa sub greutatea atât de multor „aprecieri şi comentarii”. Cel mai trist citat de la Pommerening apare spre finalul articolului: „Nu mă mai simt ca un copil”, spune Katherine. „Nu fac nimic copilăresc. La sfârşitul clasei a şasea” – atunci când toţi prietenii ei şi-au luat telefoane şi şi-au instalat Snapchat, Instagram şi Twitter – „pur şi simplu am renunţat să mai fac tot ceea ce făceam în mod normal. Să mă joc în pauze, să mă joc cu jucării, toate, gata”.

Băieţii îşi petrec mai puţin timp pe platforme de interacţiune online, în schimb mulţi dintre ei sunt captivaţi de jocuri. Problema este atât de evidentă, încât unii dezvoltatori de jocuri îşi retrag de pe piaţă jocurile. Au

început să aibă remuşcări – nu pentru că jocurile lor ar include sex sau violenţă, ci pentru că sunt diavolesc de generatoare de dependenţă. Oferind combinaţia ideală de emoţie şi feedback, suntem încurajaţi să ne jucăm ore întregi, zile, săptămâni, luni şi chiar ani. În mai

2013, un oarecare dezvoltator de jocuri video din Vietnam, Dong Nguyen, a lansat un joc numit Flappy Bird? 8 Jocul foarte simplu pentru telefon le solicita jucătorilor să îndrume o pasăre în zbor printre obstacole, prin apăsarea repetată pe ecran. O vreme, cei mai mulţi dintre jucători au ignorat Flappy Bird, iar cei care îl evaluau îl blamau pe motiv că ar fi prea dificil sau pentru că părea să fie prea similar cu jocul Super Mario Bros al celor de la Nintendo. Timp de opt luni Flappy Bird a zăcut la coada topurilor cu aplicaţii descărcate.

Dar roata norocului s-a întors pentru Nguyen în ianuarie

2014. Flappy Bird a atras mii de descărcări peste noapte, iar până la sfârşitul lunii devenise aplicaţia gratuită cu cel mai mare număr de descărcări din magazinul online Apple. În punctul de triumf maxim, firma de design a lui Nguyen câştiga 50.000 de dolari pe zi doar din publicitate.

Pentru un designer de jocuri de talie mică aşa ceva era Sfântul Graal. Nguyen ar fi trebuit să fie în extaz, dar el a schimbat foaia. Zeci de comentatori şi fani se plângeau că erau dependenţi fără scăpare de Flappy Bird. Jasoom79 spunea pe site-ul magazinului Apple: „Mi-a distrus viaţa… efectele secundare sunt mai rele decât la cocaină/metamfetamină”. Walteri9230 şi-a intitulat evaluarea „Apocalipsa” şi a început textul cu „Viaţa mea s-a sfârşit”. Mxndisnsk îi avertiza pe cei care se gândeau să încerce jocul să nu descarce aplicaţia: „Flappy Bird va fi sfârşitul meu. Permiteţi-mi să încep prin a vă spune SA NU descărcaţi Flappy Bird… Alţii m-au avertizat, dar nu mi-a

păsat... Nu dorm, nu mănânc. Îmi pierd prietenii”.

Chiar dacă evaluările erau exagerate, jocul părea să facă mai mult rău decât bine. Sute de jucători îl făceau pe Nguyen să pară un vânzător de droguri atunci când îi comparau produsul cu metamfetamină şi cocaină. Ce începuse ca un demers idealist născut din dragoste părea să corupă vieţi, iar conştiinţa lui Nguyen îi umbrea succesul. Pe 8 februarie 2014 a scris pe Twitter:

Îmi pare rău, utilizatori ai „Flappy Bird”, dar peste 22 de ore voi dezactiva „Flappy Bird”. Nu mai rezist aşa.

Unii dintre utilizatorii Twitter au crezut că Nguyen vorbea despre revendicările referitoare la proprietate intelectuală, dar el a negat rapid:

Nu are nicio legătură cu aspecte lega le. Pur şi simplu nu pot să mai păstrez jocul online.

Jocul a dispărut la fix şi Nguyen a ieşit din lumina reflectoarelor. Sute de imitaţii ale Flappy Bird au apărut online, dar Nguyen era deja concentrat pe următorul său proiect – un joc mai complex care era construit în mod intenţionat pentru a *NU* genera dependenţă.

Flappy Bird dădea dependenţă parţial pentru că tot ce avea legătură cu jocul se mişca rapid: atingerile de ecran, timpul dintre jocuri, iureşul de noi obstacole. Lumea din exteriorul Flappy Bird se mişcă şi ea mai repede decât în trecut. Ritmul greoi este inamicul dependenţei, pentru că oamenii reacţionează mai intens la legături rapide între acţiune şi rezultat. Foarte puţine aspecte ale lumii de astăzi – de la tehnologie la transport sau comerţ – se întâmplă încet, aşa că şi creierele noastre reacţionează în ritm alert.

Dependenţa este înţeleasă astăzi mai bine decât în secolul al XIX-lea, dar s-a şi transformat şi schimbat pe parcursul timpului. Chimiştii au creat substanţe cu un grad periculos de predispoziţie la dependenţă, iar antreprenorii care conturează experienţe au născocit şi ei

comportamente la fel de generatoare de dependenţă. Această evoluţie s-a accelerat abia în ultimele două sau trei decenii şi nu se vede niciun semn că s-ar domoli.

Chiar de curând un doctor a depistat primul dependent de ochelarii Google Glass – un ofiţer al forţelor navale care a manifestat simptome specifice sevrajului atunci când a încercat să se dezveţe de gadget.39 Folosise dispozitivul timp de 18 ore pe zi şi începuse să viseze de parcă şi în somn privea prin dispozitiv. El reuşise să treacă peste dependenţa de alcool, le-a mărturisit doctorilor, dar cu actuala dependenţă era mult mai dificil de luptat. Noaptea, când se relaxa, arătătorul său drept urca în mod repetat spre tâmplă. Căuta butonul de deschidere al ochelarilor, buton care nu mai era acolo.

2 Dependentul din fiecare dintre noi

Cele mai multe dintre filmele de război fac abstracţie de plictiseala care se instalează între episoadele de acţiune.40 în Vietnam, mii de soldaţi americani au stat şi au aşteptat timp de săptămâni, luni sau chiar ani. Unii aşteptau instrucţiuni de la superiori, alţii aşteptau să înceapă acţiunea. Hugh Penn, un veteran al războiului din Vietnam, îşi amintea că soldaţii îşi petreceau timpul jucând rugby şi bând bere la 1, 85 de dolari lada. Dar plictiseala este inamicul natural al comportamentului cuminte şi nu toată lumea iubea activităţile de petrecere a timpului liber tipic americane.

Vietnamul se află în imediata vecinătate a unei regiuni din Asia de Sud cunoscută sub numele de Triunghiul de Aur.41 Această regiune include Myanmar, Laos şi Thailanda şi a fost sursa principală de heroină la nivel mondial în timpul Războiului din Vietnam. Heroina se găseşte în diferite grade de puritate, iar cele mai multe dintre laboratoarele de la acea vreme din Triunghiul de Aur produceau un produs grosier, de calitate inferioară, cunoscut sub numele de heroină nr. 3. În 1971 totul s-a

schimbat. Laboratoarele au invitat o serie de mari chimişti din Hong Kong care perfecţionaseră un proces periculos cunoscut sub numele de precipitare eterică. Aceştia au început să producă heroina nr. 4, care avea o puritate de până la 99%. Pe măsură ce preţul heroinei a crescut de la 1 240 de dolari la 1 780 de dolari per kilogram, a început să-şi croiască drum spre sudul Vietnamului, unde soldaţii americani plictisiţi abia aşteptau să iasă din amorţeală.

Deodată, heroina nr. 4 era peste tot. Adolescente vindeau fiole la tarabe de pe marginea drumului, de-a lungul autostrăzii dintre Saigon şi baza militară americană din Long Binh. În Saigon, vânzători de stradă îngrămădeau fiole cu mostre în buzunarele soldaţilor aflaţi în trecere, în speranţa că vor reveni apoi pentru o a doua doză. Menajerele care făceau curat în barăcile armatei vindeau fiole în timp ce lucrau. În interviuri, 85% dintre soldaţii americani care s-au întors din război au spus că li se oferise heroină. Unui soldat i s-a oferit heroină în timp ce cobora din avionul care îl adusese în Vietnam. Vânzătorul, un soldat aflat sub influenţa heroinei care se întorcea acasă din război, nu ceruse decât o mostră de urină pentru a convinge autorităţile americane că nu consuma droguri.

Puţini dintre aceşti soldaţi fuseseră cât de cât aproape de heroină înainte de a se înrola. Veniseră sănătoşi şi hotărâţi să lupte, dar acum ajungeau dependenţi de unele dintre cele mai puternice droguri de pe planetă. Până la sfârşitul războiului, 35% dintre bărbaţii înrolaţi spuneau că încercaseră heroină şi 19% au spus că erau dependenţi. Heroina era atât de pură încât 54% dintre toţi cei care o consumau deveneau dependenţi – cu mult mai mult decât cele 5 – 10 procente ale celor care deveniseră dependenţi de amfetamină sau barbiturice în Vietnam.

Veştile despre această epidemie au ajuns în cele din urmă la Washington, iar acolo birocraţii guvernamentali au

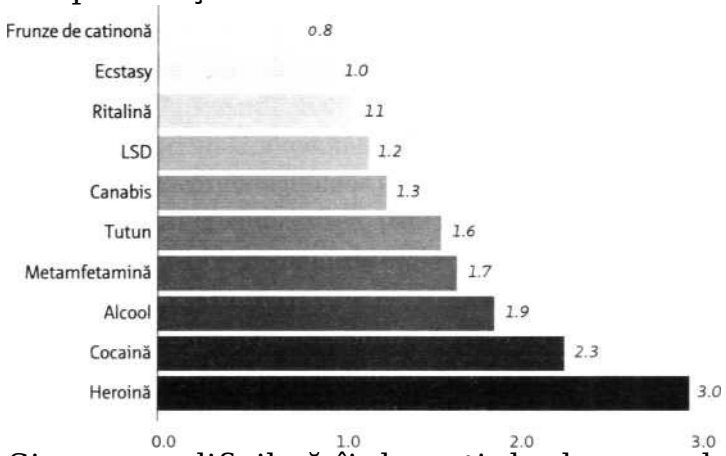
fost nevoiţi să ia măsuri. La începutul lui 1971, preşedintele Richard Nixon a trimis doi congresmeni americani în Vietnam pentru a stabili cât de serioasă era epidemia. Congresmenii, republicanul Robert Steele şi democratul Morgan Murphy, rareori vedeau lucrurile la fel, dar au fost de acord că era o catastrofă. Ei au descoperit că 90 de soldaţi muriseră în 1970 din cauza unor supradoze de heroină şi se aşteptau ca cifrele să crească până la sfârşitul lui 1971. Ambii fuseseră abordaţi de vânzători de heroină în scurta lor şedere în Saigon şi au fost convinşi că drogul urma să-şi croiască drum şi spre Statele Unite. „Războiul din Vietnam chiar vine să ne bântuie acasă", spuneau Steele şi Morgan într-un raport. „Primul val de heroină este deja în drum spre liceenii noştri". *New York Times* a publicat o poză mărită cu Steele care ţinea în mână o fiolă de heroină, pentru a ilustra cât de uşor era pentru soldaţii americani să aibă acces la drog. Un editorial din *Times* pleda pentru retragerea tuturor trupelor americane din Vietnam „pentru a salva ţara de la o epidemie de droguri distrugătoare".

La o conferinţă de presă susţinută pe 17 iunie 1971, preşedintele Nixon a declarat război drogurilor. A privit fix la camerele de filmat, cu hotărâre fermă, şi a spus: „Inamicul public numărul unu din Statele Unite este consumul de droguri".

Nixon şi consilierii săi erau îngrijoraţi, nu doar pentru că soldaţii erau dependenţi de heroină în Vietnam, ci pentru ceea ce urma să se întâmple atunci când se întorceau acasă. Cum gestionezi o infuzie subită de 100.000 de dependenţi de heroină? Problema era cu atât mai gravă cu cât heroina era cel mai perfid drog de pe piaţă.

Atunci când cercetătorii britanici evaluaseră daunele produse de diferite droguri, heroina ieşise ca fiind cea mai nocivă, la mare distanţă de celelalte. 2 Măsurat pe trei

scale diferite care era probabilitatea ca un drog să ducă la răni fizice, să dea dependenţă şi să producă daune sociale, heroina a înregistrat cel mai mare punctaj – trei din trei. Era de departe cel mai periculos drog şi cel mai predispus să dea dependenţă din lume.



Şi aşa era dificil să îi dezveţi de drog pe dependenţii de heroină, dar 95% dintre aceştia recidivau cel puţin o dată după dezintoxicare. Puţini reuşeau să renunţe pe deplin la obicei. Nixon era îndreptăţit să îşi facă griji. El a adunat o echipă de experţi care şi-au petrecut fiecare oră în care se aflau în stare de veghe plănuind gestionarea celor 100.000 de noi pacienţi care aveau nevoie de dezintoxicare. Echipa lui Nixon a hotărât că soldaţii care erau dependenţi ar trebui să rămână în Vietnam până când depăşeau dependenţa.

Guvernul a pus în aplicare un atac pe două fronturi, cu o desfăşurare de forţe atât în Vietnam, cât şi acasă. În Vietnam, generalul-maior John Cushman fusese însărcinat cu diminuarea consumului de heroină, problemă atât de răspândită, încât Cushman putea să o observe în timp ce se plimba prin bază.43 Doctorii au confirmat că sute, dacă nu chiar mii de bărbaţi erau dependenţi de drog. Şocat de amploarea problemei, Cushman a iniţiat o acţiune în forţă.

Într-o dimineaţă, la 5: 30, şi-a surprins trupele cu ordinul de reţinere în bază timp de 24 de ore. Cu toţii au fost percheziţionaţi şi au fost organizate clinici de urgenţă pentru a-i trata pe consumatori pe măsură ce începeau dezintoxicarea. Heroina se găsea atât de greu încât consumatorii disperaţi erau forţaţi să dea 40 de dolari pe fiolă – preţul fiind de 3 dolari pentru o fiolă cu doar o zi înainte. La început, Cushman părea să ţină situaţia sub control, în condiţiile în care 300 de bărbaţi s-au predat ei înşişi pentru a primi tratament. Dar câteva zile mai târziu, imediat ce a ridicat interdicţia de a părăsi baza, rata de consum a crescut brusc din nou. Într-o săptămână, heroina se vindea cu 4 dolari fiola şi mai mult de jumătate dintre cei care încercaseră dezintoxicarea consumau din nou drogul.

Acasă, guvernul numise o cercetătoare, pe Lee Robins, să monitorizeze evoluţia soldaţilor care se întorceau din război.44 Robins era profesoară de psihiatrie şi sociologie la Universitatea Washington, în St. Louis, iar acolo studiase cauzele profunde ale epidemiilor psihiatrice. Robins era cunoscută pentru aptitudinea ei unică de a pune în timpul interviurilor întrebările potrivite exact la momentul potrivit. Oamenii aveau încredere în ea şi părea să descopere informaţii delicate pe care participanţii la interviuri preferau de obicei să nu le împărtăşească. Guvernul hotărâse că Robins era persoana ideală care să susţină interviurile şi să monitorizeze recuperarea miilor de soldaţi dependenţi, pe măsură ce aceştia reveneau acasă.

Pentru Robins asta era o oportunitate extraordinară. „Să analizezi consumul de heroină pe o populaţie normală cu expunere mare e ceva unic”, se gândea în 2010, „pentru că nu există niciun alt loc în lume în care heroina să fie folosită în mod obişnuit”.

În Statele Unite, consumul de heroină este atât de

rar, încât un studiu naţional făcut pe 2 400 de adulţi arătase că doar 12 persoane consumaseră heroină în anul precedent Pentru că consumatorii de heroină sunt puţin întâlniţi şi la nivel mondial, şi în Statele Unite, cele mai multe informaţii pe care le avem despre heroină se bazează pe eşantioane de condamnaţi trataţi.

Dar atunci când Robins a început să lucreze cu veteranii care se întorceau acasă, brusc lucrurile n-au mai fost aşa de clare. Ceea ce a descoperit nu avea nicio logică.

În mod normal, doar 5% dintre toţi dependenţii de heroină nu se mai ating de drog, dar Robins a descoperit că doar 5% dintre soldaţii aflaţi în recuperare *recidivau*. Cumva, 95% reuşeau să nu mai consume. Lumea, aşteptându-se la o calamitate după îngrijorătoarea conferinţa de presă a lui Nixon, era în mod firesc convinsă că Robins ascundea adevărul. Robins şi-a apărat studiul ani de-a rândul. A scris lucrări cu titluri ca „De ce studiul a fost un succes tehnic” şi „Punctele forte ale studiului”. Cei care o contestau o întrebau iar şi iar cum putea fi sigură că rezultatele ei erau corecte şi, dacă erau, de ce atât de puţini soldaţi consumau drogul după ce reveneau acasă. Este uşor de înţeles scepticismul lor. Ea fusese numită de un preşedinte sub asediu, care declarase război drogurilor, iar raportul lui Robins sugera că el ţinea situaţia sub control. Chiar dacă ar fi fost independentă politic, rezultatele ei erau pur şi simplu prea bune pentru a fi adevărate. În lumea sănătăţii publice victoriile se obţin la scala unor reduceri mici – o scădere de 3% aici sau una de 5% acolo. O scădere de 90% în cazul recidiviştilor era fantasmagoric. Dar Robins făcuse totul corect. Experimentul ei era riguros şi rezultatele reale. Problema era cum explica *de ce* doar 5% dintre soldaţii participanţi la studiul ei recidivaseră.

Răspunsul, s-a dovedit apoi, fusese descoperit cu mai

bine de un deceniu în urmă, într-un laborator american de neuroştiinţe, aflat la aproape 13.000 de kilometri distanţă.

Oamenii de ştiinţă remarcabili fac descoperiri prin două abordări distincte: prin ajustare sau prin revoluţionare. Ajustarea macină încet o problemă, aşa cum apa sapă în piatră, în timp ce în cazul revoluţiilor o minte luminată vede ceva ce nimeni altcineva nu poate vedea. Dacă inginerul Peter Milner s-a concentrat pe ajustări, psihologul James Olds a fost un revoluţionar.4" împreună au făcut o echipă excepţională. La începutul anilor 1950, într-un mic laborator dintr-un subsol al Universităţii McGill din Montreal, laborator plin de şoareci în cuşti şi echipament electric, Olds şi Milner au făcut unul dintre cele mai cunoscute experimente din toate timpurile privind dependenţa. Ceea ce a făcut ca experimentul să fie atât de remarcabil a fost că nu fusese deloc conceput pentru a ne reconfigura felul în care înţelegem dependenţa.

De fapt, ar fi putut să treacă neobservat, dacă Olds şi-ar fi făcut meseria cum trebuie.

Olds şi Milner s-au cunoscut la Universitatea McGill din Montreal la începutul anilor 1950. În multe privinţe erau complet diferiţi. Cel mai important atu al lui Milner îl reprezentau cunoştinţele lui tehnice. El ştia tot ce era de ştiut despre creierii şoarecilor şi despre curentul electric. Pe de altă parte, lui Olds îi lipsea experienţa, dar dădea pe dinafară de idei măreţe. Tineri cercetători se tot perindau prin laboratorul lui Olds, atraşi de flerul lui şi de talentul pe care îl avea la descoperirea următorului succes. Bob Wurtz, primul care a absolvit sub îndrumarea lui Olds la sfârşitul anilor 1950, îi cunoştea bine pe Olds şi pe Milner. El spunea că: „Olds nu deosebea capul unui şoarece de dosul lui, iar prima sarcină a lui Milner a fost să îl înveţe pe Olds noţiunile elementare privind fiziologia şoarecelui". Dar ceea ce îi lipsea lui Olds la nivelul priceperii tehnice, compensa pe deplin cu entuziasm şi viziune. „James era un

om de ştiinţă foarte agresiv", susţine Wurtz. „El credea în serendipitate – dacă vezi ceva interesant, laşi baltă orice altceva. De fiecare dată când el şi Milner dădeau peste ceva demn de atenţia presei, Jim gestiona relaţia cu media, în timp ce Milner continua munca de laborator".

Gary Aston-Jones, care şi el studiase alături de Olds, şi-l amintea la fel. „Olds era preocupat de întrebările importante. A fost întotdeauna motivat mai mult de concept decât de tehnică. Atunci când încercam să înţelegem cum putea o musculiţă de oţet să înveţe despre lume, Olds s-a aşezat în patru labe, s-a târât pe podea şi s-a prefăcut a fi o musculiţă". Milner nu ar fi abordat vreodată problema în acest fel. Aryeh Routtenberg, un al treilea student care lucrase cu Olds, a explicat că „Milner era cam ca cealaltă faţă a lui Olds. Era tăcut, umil şi modest, în timp ce Olds striga «am făcut o mare descoperire!»".

Zeci de ani experţii au presupus că dependenţii de droguri – consumatorii de laudanum, băutorii de ceai de mac şi dependenţii de opiacee – erau predispuşi la aşa ceva, că erau cumva construiţi greşit. Olds şi Milner au fost unii dintre primii cercetători care au întors cu susul în jos această idee – sugerând că, poate, în circumstanţele potrivite, cu toţii am putea deveni dependenţi.

Marea lor descoperire a început modest. Olds şi Milner încercau să demonstreze că şoarecii alergau departe, în spatele cuştilor, de fiecare dată când un curent le stimula creierele mici. Cercetătorii implantaseră o mică sondă care genera un flux de curent electric spre creierul şoarecelui de fiecare dată când animalul apăsa o bară de metal. Surprinzător, în loc să se retragă, Şoarecele cu numărul 34 alerga cu încăpăţânare prin toată cuşca şi apăsa iar şi iar pe bară. În loc să se teamă de şocuri aşa cum făcuseră mai devreme mulţi dintre şoareci, acesta le vâna. Cercetătorii au stat şi-au urmărit Şoarecele 34 care a

apăsat bara de mai bine de 7.000 de ori în decurs de 12 ore: o dată la fiecare cinci secunde, fără pauză. Asemenea unui participant la maraton care aleargă ca hipnotizat şi refuză să se oprească chiar şi pentru un baton energizant, şi şoarecele ignora bolul cu apă şi tăviţa cu granule. Din păcate, el nu avea ochi decât pentru bară. La 12 ore după începerea experimentului, Şoarecele 34 a murit de epuizare.

La început Olds şi Milner au fost cam nedumeriţi. Dacă fiecare dintre ceilalţi şobolani evitase şocurile, de ce Şoarecele 34 ar fi procedat pe dos? Poate că era ceva în neregulă cu creierul lui. Milner era pregătit să facă experimentul cu un alt şobolan când Olds a făcut o sugestie îndrăzneaţă. Cândva Olds se târâse de colo-colo pentru a-şi imagina viaţa ca o musculiţă de oţet, iar acum şi-a încercat norocul pentru a citi gândurile unui şobolan. Analizând atent comportamentul Şoarecelui 34, el a ajuns să fie convins că şobolanul *se bucura* de şocuri. Nu era vorba că ar fi căutat durerea, ci mai degrabă că şocurile îi provocau o senzaţie plăcută. „Geniul lui Jim Olds era legat de faptul că avea mintea suficient de deschisă şi era suficient de nebun ca să creadă că animalului îi *plăcea* să i se administreze şocuri”, a spus Aston-Jones. „La moment respectiv, nimeni nu îşi închipuia că stimularea electrică la nivelul creierului ar putea fi plăcută, dar Olds era suficient de nebun încât să creadă că animalul se simţea bine”.

Aşa că Olds a investigat. A scos sonda din creierul şobolanului şi a observat că era îndoită. „Olds ţintise zona mediană a creierului, dar sonda se îndoise şi intrase în zona septum a creierului şobolanului”, spune Aston-Jones. O greşeală milimetrică făcuse diferenţa dintre încântare şi disconfort. Olds a decis să numească această zonă a creierului „centrul plăcerii”, un nume simplist care totuşi surprinde euforia pe care şobolanii – şi câinii, caprele, maimuţele, ba chiar şi oamenii – o resimt atunci când este

stimulată zona. Câţiva ani mai târziu, când specialistul în neuroştiinţe Robert Heath a înserat un electrod în centrul plăcerii unei femei deprimate, ea a început să chicotească. El a întrebat-o de ce râdea şi, deşi nu a putut să dea o explicaţie, i-a spus că era prima dată când se simţea fericită. Imediat ce Heath a scos sonda a dispărut şi zâmbetul pacientei. Era deprimată din nou – ba, mai rău, acum ştia cum e să te simţi fericit. Şi-a dorit mai mult ca orice altceva ca electrodul să rămână implantat şi să genereze şocuri regulate, ca un mic pacemaker al plăcerii. La fel cum făcuseră şi Olds şi Milner înaintea sa, Heath arătase cât de uşor poate provoca dependenţă euforia.

După moartea Şoarecelui 34, Olds şi Milner au surprins acelaşi comportament dependent atunci când au stimulat centrul plăcerii altor şobolani. Şi acei şobolani au ignorat apa şi mâncarea în timp ce apăsau iar şi iar mica bară. Aryeh Routtenberg a lucrat la unele dintre aceste experimente ulterioare şi îşi aminteşte că acei cobai se comportau ca dependenţii. Cei care apăsau pe bară nu erau cu nimic diferiţi de cei cărora li se injectaseră direct în creier substanţe care dau dependenţă. „Am dat animalelor tot fel de droguri care provoacă stări de bine – amfetamine, cloropromazină, inhibitori de monoaminaoxidază – şi s-au comportat exact ca şoarecii care se stimulau singuri”. Routtenberg îşi aminteşte de un experiment care a demonstrat puterea centrului plăcerii:

Un aspect simpatic al statutului de profesor este că poţi studia orice vrei. Eu am vrut să văd ce s-ar întâmpla dacă aş îmbăta animalele care apăsau pe bară. Am injectat trei şoareci cu echivalentul alcoolic aferent unei porţii de trei pahare de martini şi ei au căzut pur şi simplu. I-am ridicat – la fel cum ai târâi un beţiv dintr-un bar – şi i-am condus spre mica bară de metal. I-am aşezat în aşa fel încât capetele să li se atingă de bară, ceea ce genera şocul către creierele lor. Nu a trecut mult până când aceşti

şobolani au început să apese iar şi iar pe bară. Erau inerţi în urmă cu doar un minut, dar acum păreau a fi în stare perfect normală! După zece sau cincisprezece minute am dezactivat şocurile, iar şoarecii au revenit la starea lor anterioară.

Acesta nu a fost singurul motiv pentru care cercetătorii au privit cobaii ca pe nişte mici dependenţi. Ei manifestau aceeaşi agitaţie pe care o manifestă şi oamenii dependenţi între doze. Atunci când cercetătorii i-au împiedicat pe şoareci să îşi administreze şocuri mai des decât o dată la fiecare câteva minute, şobolanii începeau să bea multă apă pentru a face timpul să treacă mai repede. „Imediat ce recompensa înceta să mai vină, începeau să bea ca nebunii”, îşi aminteşte Routtenberg. „Veneam să îi privesc între sesiunile de experimente şi ei pur şi simplu stăteau acolo, complet umflaţi! Era ca şi cum făceau ceva – orice – pentru ca timpul să treacă mai repede. Recompensa era atât de mare încât aveau nevoie să găsească o modalitate să-şi petreacă timpul până când era disponibilă următoarea recompensă”.

S-a aflat despre aceste experimente şi cercetătorii au început să audă nişte zvonuri. „Am auzit că armata antrena capre”, îşi aminteşte Bob Wurtz. „Le îndrumau pe capre să le ducă muniţie soldaţilor sau chiar să ducă bombe la inamic”. Soldaţii puteau încuraja caprele să meargă într-o anumită direcţie prin administrarea de şocuri sau prin întârziere a şocurilor asupra centrului plăcerii. Cercetarea a influenţat felul în care experţi ca Wurtz, Aston-Jones şi Routtenberg înţelegeau dependenţa. La început Olds şi Milner credeau că Şoarecele 34 era predispus la dependenţă. Au presupus că o problemă internă îl făcuse să pună stimularea electrică mai presus de orice altceva – inclusiv hrană, apă şi în cele din urmă viaţa. Dar la insistenţele lui Olds şi-au dat seama că nu era nimic în neregulă cu Şoarecele 34. Nu era dependent prin simpla

sa natură. Fusese doar un şobolan ghinionist care s-a întâmplat să fie în locul nepotrivit la momentul nepotrivit.

Aceasta este una dintre lecţiile importante care decurg din experimentul lui Olds şi Milner. Şoarecele 34 se comporta ca un dependent incurabil, dar asta nu însemna că era ceva în neregulă cu creierul său. La fel ca soldaţii din Vietnam, acesta a fost o victimă a circumstanţelor. Pur şi simplu reacţiona la fel cum ar fi făcut orice alt şoarece, dacă i-ar fi stimulat centrul plăcerii.

Routtenberg s-a întrebat dacă asta nu ar putea să ne spună ceva şi despre dependenţa la oameni. Poate că oricine ar putea să decadă până la autodistrugere, ca Şoarecele 34. „Am început să ne gândim la dependenţă ca la o formă de învăţare. Vă puteţi gândi la dependenţă ca făcând parte din memorie”, spune Routtenberg. Dependenţii pur şi simplu învăţaseră să asocieze un anumit comportament cu un rezultat atrăgător. Pentru Şoarecele 34 acesta fusese stimularea centrului plăcerii; pentru un dependent de heroină este valul de plăcere produs de o nouă doză.

Pentru a măsura legătura dintre dependenţă şi memorie, Routtenberg a mers la un magazin local care vindea animale de companie şi a cumpărat o maimuţă-veveriţă numită Cleopatra. Comisiile de etică nu erau la fel de stricte ca acum. „Aveam propriul meu laborator, aşa că puteam face orice îmi doream. Am operat-o şi i-am montat electrozi în centrul de recompense al creierului ei. Aşa ceva nu se mai făcuse până atunci cu o maimuţă”. Routtenberg a pus-o pe Cleopatra într-o cuşcă, în faţa a doua bare de metal. Prima trimitea un curent electric spre centrul plăcerii, iar a doua elibera o porţie proaspătă de mâncare. La început Cleopatra apăsa pe cele două bare în mod aleatoriu, dar foarte curând a început să se comporte ca Şoarecele 34, ignorând bara care oferea mâncare şi apăsând iar şi iar pe cea care genera şocul electric. Olds a

văzut ce făcuse Routtenberg şi a fost încântat. „A venit în laborator cu un prieten, care era un important cercetător la John’s Hopkins, şi i-a arătat ce făcea Cleopatra”, spune Routtenberg. „A fost una dintre zilele în care m-am simţit cel mai mândru în viaţa asta”. Mai târziu, Routtenberg a scos-o pe Cleopatra din cuşcă timp de ore sau chiar zile întregi. În afara cuştii se dezintoxica, devenind aceeaşi maimuţă sănătoasă care fusese atunci când ajunsese prima dată în laborator. Dar imediat ce Routtenberg o punea înapoi în cuşcă, începea să apese bara din nou cu frenezie. Aşa cum presupusese Routtenberg, dependenţa Cleopatrei îşi pusese puternic amprenta asupra memoriei sale pe termen lung.

Răspunsul la dilema lui Lee Robins se găsea în laboratorul lui Jim Olds. Motivul pentru care veteranii întorşi din Vietnam scăpau de dependenţa de heroină era faptul că aceştia scăpaseră de circumstanţele care îi făcuseră captivi. Aşa s-a întâmplat cu Cleopatra, maimuţa lui Routtenberg, care era pe deplin dependentă cât era în cuşcă. Apăsa la nesfârşit bara de metal care îi producea şocuri la nivelul centrului plăcerii. Îşi ignora mâncarea şi apa. Această cuşcă era pentru Cleopatra ce fusese Vietnamul pentru soldaţii plictisiţi care dăduseră de gustul heroinei. Cleopatra fusese sănătoasă până când să ajungă în laborator. Atunci când Routtenberg a scos-o în cele din urmă din cuşcă a devenit din nou sănătoasă. Dar atunci când era în cuşcă, dependenţa se întorcea răzbunătoare.

Cleopatra se întorcea în cuşca ei, dar puţini soldaţi s-au întors vreodată în Vietnam. Aceştia veneau acasă la o viaţă complet diferită. Nu era nici urmă de junglă; de veri toride ca în Saigon; de zgomot de arme sau de zumzet de elice de elicopter. În schimb, mergeau la cumpărături, se întorceau la serviciu, îndurau monotonia zonelor suburbane şi se bucurau de plăcerea meselor gătite acasă. Atât Cleopatra, cât şi soldaţii au demonstrat că

Routtenberg avusese dreptate: dependenţa lasă urme asupra memoriei. Pentru Cleopatra, cuşca era stimulul declanşator. O ducea înapoi în timp, la vremurile în care fusese dependentă şi nu putea să se abţină de la vechile obiceiuri. Veteranii norocoşi din Vietnam nu s-au confruntat niciodată cu acele amintiri, pentru că, odată ce au plecat din Vietnam, au scăpat de stimulii care se asociaseră cu acţiunea de a se droga.

Acesta este motivul pentru care cei mai mulţi dintre consumatorii de heroină au dificultăţi în a sta departe de drog. Asemenea Cleopatrei, aceştia se întorc la locul crimei iar şi iar. Se întâlnesc cu prieteni care le amintesc de vremurile în care erau dependenţi; locuiesc în aceleaşi case; se plimbă prin aceleaşi cartiere. Nimic nu se schimbă odată ce nu mai consumă, cu excepţia faptului că, în loc să cedeze în faţa dependenţei, i se opun în fiecare zi. De aceea tentaţia este atât de mare. Ce altceva ar putea să facă atunci când fiecare imagine, miros şi sunet reaprind amintirea momentului de graţie de după administrarea unei doze?

Isaac Vaisberg, un fost dependent de jocuri, cunoaşte pericolele aferente întoarcerii la locul crimei. 6 Nimic nu îl recomandă pe Isaac drept candidat firesc pentru dependenţă. S-a născut în Venezuela în 1992 într-o familie cu o mamă care îl sprijină în tot ceea ce face şi un tată care, deşi munceşte prea mult, este grijuliu. Pe când era copil, părinţii lui Isaac au divorţat, iar el s-a mutat în Miami cu mama lui. Tatăl său a rămas în Venezuela, dar cei doi vorbeau frecvent şi Isaac îl vizita în timpul vacanţelor. Notele lui erau mari, rareori mai mici de 10. La sfârşitul primului an de liceu a obţinut un punctaj de 2 200 la testele SAT, maximul posibil fiind 2 400, ceea ce îl includea în cei mai buni 1% dintre toţi elevii din Statele Unite. A fost admis la Academia Worcester, una dintre cele mai râvnite şcoli cu internat, nu foarte departe de Boston, iar

mai târziu a fost admis la Universitatea Americană din Washington, D.C. Isaac nu era doar foarte bun la învăţătură – era şi un sportiv foarte bun. Worcester îi oferise o bursă pentru fotbal american şi a ajuns acolo într-o formă fizică foarte bună, pregătit să joace ca fundaş.

Din păcate, aceasta este doar jumătate din poveste. Isaac se simţea singur. „Părinţii mei au divorţat pe când eram foarte mic şi am ajuns să mă tot fâţâi între Statele Unite şi Venezuela. Din această cauză eram foarte bun la stabilirea de noi relaţii, dar nu prea bun la relaţiile profunde”. În schimb, el şi-a făcut prieteni în mediul online.

Pe când avea 14 ani, Isaac a început să joace World of Warcraft. WoW creează dependenţă din mai multe motive, dar pentru Isaac dimensiunea socială a jocului a fost irezistibilă. La fel ca mulţi dintre jucători, a intrat într-un clan, un mic grup de jucători care împart între ei resursele şi vorbesc cu regularitate pe canale de chat speciale. Tovarăşii de clan i-au devenit cei mai apropiaţi prieteni, iar legătura dintre ei a ajuns în cele din urmă să ţină locul relaţiilor profunde care îi lipseau în lumea offline.

Prima perioadă de exces periculos a început pentru Isaac în timpul penultimului an la liceu. „Mă apucasem şi mă lăsasem de World of Warcraft de multe ori, dar de această dată devenise unicul mijloc prin care socializam şi prin care mă deconectam. Îmi luam o mică doză de dopamină în fiecare noapte şi asta mă ajuta să trec peste ce mă neliniştea. „Nu mai dormea, a început să ia note mici şi i se făcea rău fizic atunci când mama lui insista să meargă la şcoală. „O luam razna şi făceam atacuri de panică. Dimineaţa, când intram în maşină, mi se făcea greaţă. În secunda în care aflam că nu trebuia să mă duc la şcoală aceste simptome dispăreau”. În cele din urmă Isaac s-a recuperat după acest prim exces şi până la finalul

acelui an şcolar se descurca atât de bine încât a trecut cu brio testele SAT.

Cea de-a doua perioadă de exces a debutat la câteva luni după ce intrase la Academia Worcester. Lăsat în camera sa de cămin fără supraveghere, s-a întors la vechiul clan din joc şi a reactivat prieteniile online pe care le stabilise în anul anterior, în scurt timp a devenit din nou o obsesie. „Când am ajuns la Academia Worcester aveam cam 88 de kilograme. Eram în formă şi jucam fotbal. Până la sfârşitul primului semestru cântăream aproximativ 106 kilograme. Mi-a căzut mult păr de pe cap, am renunţat la echipa de fotbal şi aveam doar note mediocre, de trecere”. Totuşi Isaac a rezistat. A reuşit să termine ultimul an de liceu şi să fie admis la Universitatea Americană. În acest moment el încă mai credea că excesele sale fuseseră întâmplări. Nu era îngrijorat că dependenţa s-ar putea să îl ajungă din urmă la facultate.

Primul semestru la universitate a fost un succes – a terminat cu note maxime şi s-a menţinut în formă şi sănătos. Totuşi în al doilea semestru a început să fie stresat. A hotărât să „joace doar un pic” de WoW pentru a se deconecta, iar în cele din urmă a ajuns să nu promoveze cursurile celui de-al doilea semestru. Notele lui Isaac erau variaţii extreme de maxime şi minime, iar mama lui ajunsese atât de îngrijorată încât i-a făcut o vizită neanunţată şi i-a adus o broşură despre centrul de recuperare a dependenţilor reSTART, situat în imediata apropiere a oraşului Seattle. El a fost de acord să se interneze, dar numai după ce îşi accesa contul de WoW pentru a-i anunţa pe tovarăşii săi de clan că urma să fie offline o vreme.

reSTART este primul centru de tratament din lume specializat pe dependenţa de jocuri şi internet. Fondatorii săi şi-au dat seama că folosirea internetului este diferită de dependenţa de substanţe, pentru că este aproape imposibil

să te întorci în societate fără să mai foloseşti internetul. Poţi să îţi păstrezi o slujbă, să îţi plăteşti facturile şi să comunici fără să iei droguri sau să bei alcool, dar nu poţi fără să foloseşti internetul. Inspirat de abordarea ecologistă, centrul îşi propune mai degrabă să îi înveţe pe pacienţi cum să folosească „sustenabil” internetul, în loc să îi încurajeze să îl evite complet.

Isaac şi-a început entuziast programul de şase săptămâni, şi-a făcut prieteni, a pictat, s-a căţărat pe potecile spectaculoase din jurul centrului şi şi-a recăpătat forţa la sală. A format legături strânse cu unii dintre mentori, care i-au spus că WoW îi oferise iluzia de control asupra vieţii sale. În afara jocului, viaţa lui continua să se prăbuşească, dar asta părea să conteze din ce în ce mai puţin pe măsură ce îndeplinea misiune după misiune în WoW. în ciuda faptului că făcea progrese semnificative, uneori se simţea frustrat. Deşi reSTART îl ajutase, Isaac se gândea la perioada pe care o petrecuse acolo ca fiind un obstacol care îl deturnase de la absolvirea facultăţii şi de la a merge mai departe, spre o etapă mai sănătoasă, autonomă, a vieţii sale. Nu putea fi cu adevărat „mai bine” până când nu se acomoda din nou cu lumea reală. Deşi a ajuns într-atât de departe încât să îşi cumpere Online un bilet de avion spre D.C., în cele din urmă a rămas acolo pentru întreaga perioadă de şase săptămâni.

Apoi Isaac a făcut cea mai mare greşeală a sa. „Am trecut ţanţoş prin restul programului şi eram ceva mai încrezător în ceea ce făceam. Dar când a venit vremea să îmi prezint planul echilibrat de viaţă de la finalul programului, singurul aspect pe care l-a criticat toată lumea a fost decizia de a mă întoarce în D.C”. Isaac descrie situaţia folosind limbajul la care v-aţi aştepta din partea unui veteran al jocurilor: „Pur şi simplu simţeam că nu puteam să las ceva necucerit. Nu puteam să plec de la Universitatea Americană fără să-mi iau diploma – pur şi

simplu nu putea să rămână aşa. În ciuda recomandărilor medicale, am hotărât să mă întorc în Est”.

Experienţa lui Isaac este diferită de vieţile veteranilor din Vietnam ai lui Lee Robins. În loc să scape pentru totdeauna de contextul dependenţei sale, Isaac s-a întors la D.C. Timp de două sau trei luni totul a fost bine. S-a angajat, a început să dea meditaţii la matematică şi câştiga bani frumoşi, iar consilierul care îl monitoriza l-a primit înapoi la Universitatea Americană. Lucrurile arătau promiţător – până când nu au mai arătat aşa.

Isaac mi-a spus că cel mai periculos moment pentru un dependent este primul moment în care lucrurile merg atât de bine încât crezi că ai depăşit pentru totdeauna dependenţa. „Eşti convins că te-ai vindecat, aşa că te poţi întoarce la ce făceai înainte. Mi-am lăsat garda jos şi un amic mi-a trimis un mesaj în care îmi spunea: «Hei, vrei să joci puţin cu noi?» şi am zis: «Hei, sigur!»”.

Asta se întâmpla joi, pe 21 februarie 2013. Isaac este sigur în privinţa datei, pentru că l-a marcat pentru totdeauna. Două zile mai târziu trebuia să aibă meditaţii cu un puşti care se pregătea pentru un examen la algebră, dar nu a ajuns la şedinţa programată. Nici luni nu s-a dus la cursuri şi apoi a stat singur cinci săptămâni în apartamentul lui. Nu a ieşit nici măcar o dată şi nici nu a făcut duş. Pentru un mic bacşiş, portarul îi aducea în cameră mâncarea pe care o comandase prin telefon. Apartamentul lui a început să miroasă urât şi turnuri de vase goale se ridicau în jurul biroului său. Juca 20 de ore pe zi şi se prăbuşea, inert, pentru câteva ore de somn înainte să se întoarcă la joc când se trezea. A terminat cu succes misiune după misiune, a vorbit zile la rând cu cei din clan şi a pierdut contactul cu lumea exterioară. Cinci săptămâni au trecut rapid. A avut 142 de apeluri pierdute (un alt număr despre care spune că nu îl poate uita), dar, dintr-un motiv care nu-i este clar nici acum, a hotărât să

răspundă la cel de-al 143-lea apel. Era mama lui, care i-a spus că vine în vizită două zile mai târziu.

După un ultim exces a hotărât să facă curăţenie în apartament şi să facă un duş. Acesta a fost „cel mai de jos moment” al său. Era dezgustat de ce vedea în oglindă. Pusese 27 de kilograme de grăsime pură, părul îi era slinos şi hainele de-a dreptul jegoase. Mi-a descris o închipuire recurentă care, chiar şi după 18 luni, încă aproape îl făcea să plângă:

În copilărie tata nu avea mulţi bani. A pus bazele unei afaceri şi pleca la muncă la cinci dimineaţa şi se întorcea acasă în jură de nouă seara. Era foarte fericit când ajungea acasă. Mă îmbrăţişa tare, îşi punea un păhărel de scotch, se ducea la scaunul lui de lângă fereastră şi îl deschidea ca să se poată bucura de briză. Şi făcea toate astea la fel, în fiecare zi. Aveam în minte imaginea lui intrând în apartamentul meu, luându-şi un mic pahar de scotch, ducându-se la scaunul lui şi plângând.

Nu îl văzusem niciodată pe tatăl meu plângând. Întotdeauna îşi ţinuse capul sus şi întotdeauna fusese puternic. Şi mi l-am închipuit plângând în scaunul lui, întrebându-se unde a greşit cu mine. Doare chiar şi când vorbesc despre asta. Era această durere arzătoare din inima mea, cum că el s-ar fi simţit aşa din cauza eşecului *meu*.

Isaac şi-a scos mama la cină, iar acolo s-a pierdut cu firea şi i-a spus că recidivase. I-a spus că trebuia să mai încerce o dată programul reSTART, dar de această dată cu o altă atitudine. Nu se va mai întoarce la D.C. şi, după ce s-a terminat programul de şase săptămâni din centru, urma să se înscrie într-un program de şapte luni de monitorizare în afara centrului.

Isaac s-a ţinut de cuvânt. A îmbrăţişat programul din centru şi s-a simţit mai liniştit la gândul că programul de

monitorizare ulterior îi va oferi mai mult sprijin, pe măsură ce se va obişnui să trăiască şi să muncească în afara centrului. Acest al doilea program a însemnat totul. Asemenea altor pacienţi înrolaţi în regimul fără internare, Isaac îşi petrecea între 20 şi 30 de ore pe săptămână în centru săptămânal şi în acelaşi timp avea şi un serviciu cu jumătate de normă. Locuia alături de câţiva dintre pacienţii care fuseseră internaţi, fiecare sprijinindu-l pe celălalt şi asigurându-se cu conştiinciozitate că nu îi recidiva colegul de cameră.

Isaac s-a hotărât să rămână în zona Seattle, în apropiere de reSTART. Vizitează adesea centrul, dar acum îşi petrece cea mai mare parte a timpului ocupându-se de sala lui de fitness.

În aprilie 2015 a cumpărat sala de la foştii proprietari şi după numai patru luni sub conducerea sa numărul abonaţilor s-a triplat. Sala îi oferă o modalitate sănătoasă prin care să îşi satisfacă nevoile psihologice: are destui prieteni, se menţine activ şi sănătos şi îşi stabileşte obiective de business care îl menţin motivat.

Isaac Vaisberg, la fel ca Robins, Milner, Olds şi elevii lor, au predat lumii o lecţie profundă despre dependenţă şi victimele ei: dependenţa înseamnă mult mai mult decât o personalitate dependentă. Dependenţii nu sunt pur şi simplu specimene mai slabe decât non-dependenţii: nu sunt defecţi din punct de vedere moral, în timp ce non-dependenţii sunt plini de virtuţi. În schimb, mulţi dintre ei, dacă nu majoritatea, sunt ghinionişti. Localizarea nu este singurul factor care influenţează probabilitatea de a deveni dependent, dar are un rol mult mai important decât credeau cândva oamenii de ştiinţă. Genetica şi biologia contează şi ele, dar le-am conştientizat rolul de câteva decenii deja. Ceea ce este nou, şi care a ieşit la iveală în anii 1960 şi 1970, este că dependenţa este o problemă legată şi de mediu. Chiar şi cei mai robuşti dintre noi –

tinerii soldaţi americani care nu erau dependenţi în momentul în care au plecat spre Vietnam – sunt vulnerabili la slăbiciuni atunci când se trezesc în contextul nepotrivit. Şi inclusiv cei mai hotărâţi dintre dependenţii aflaţi în recuperare vor avea recăderi atunci când vizitează iar oamenii şi locurile care le reamintesc de drog.

Experţii care credeau cândva că dependenţa era rezervată unei minorităţi blestemate s-au făcut de râs odată cu trecerea timpului, pentru că, la fel ca Isaac Vaisberg, zeci de milioane de oameni din lumea dezvoltată a zilelor noastre manifestă una sau mai multe dependenţe de tip comportamental. Conceptul în sine le era străin lui Olds şi lui Milner în anii 1950 şi lui Robins în anii 1970. Oamenii erau dependenţi de substanţe – nu de obiceiuri comportamentale. Răsplata pe care o primeau strict din partea obiceiurilor nu s-ar fi putut ridica vreodată la intensitatea euforică a heroinei injectate. Dar, la fel cum drogurile au devenit mai puternice de-a lungul timpului, aşa s-a întâmplat şi cu intensitatea recompensei oferite de obiceiuri. Creatorii de produse sunt mai inteligenţi ca niciodată. Aceştia ştiu cum să ne provoace şi cum să ne încurajeze să le folosim produsele nu doar o singură dată, ci iar şi iar. Locurile de muncă ne momesc cu stimulente care întotdeauna par puţin mai departe decât se poate ajunge. Următoarea promovare se apropie cât de curând; următorul bonus pentru vânzări e la încă o vânzare distanţă.

Cât despre Şoarecele 34, care tot apăsa bara din cuşca lui, creierii noştri adăpostesc o bogăţie de activităţi electrice atunci când desfăşurăm un comportament de tip dependent. Decenii întregi cercetătorii au crezut că aceasta era sursa dependenţei: imită tiparele cerebrale potrivite şi vei crea un dependent. Dar biologia dependenţei este cu mult mai complicată decât pur şi simplu stimularea unui grup de neuroni. Dependenţa, aşa

cum a fost pentru Isaac Vaisberg, pentru veteranii întorşi din Vietnam şi pentru Şoarecele 34 este o chestiune de învăţare că stimulul generator de dependenţă – un joc, un loc asociat cu heroina sau o mică bară de metal – vindecă singurătatea, nemulţumirile şi suferinţa.

3 Biologia dependenţei comportamentale

Există o maladie a vremurilor moderne care afectează două treimi din întreaga populaţie adultă.47 Printre simptome se numără: boli de inimă, afecţiuni pulmonare, boli renale, lipsa apetitului, slab control asupra greutăţii corporale, funcţionarea precară a sistemului imunitar, rezistenţă scăzută faţă de boală, sensibilitate mai mare la durere, timpi de reacţie mai lenţi, dispoziţie schimbătoare, funcţionare mai înceată a creierului, depresie, obezitate, diabet şi anumite forme de cancer.

Această maladie este privarea de somn cronică, afecţiune în creştere în epoca smartphone-urilor, a cărţilor electronice şi a altor dispozitive care emit lumină. Privarea de somn este partenerul dependenţei comportamentale – consecinţa implicării excesive în mod consecvent. Este o problemă globală care a atras destulă atenţie de curând, inclusiv pe cea a antreprenoarei şi autoarei Arianna Huffington. La Forumul Economic Mondial din Davos, în 2016, Huffington a vorbit despre următoarea sa carte despre somn, intitulată *The Sleep Revolution*:

Am primit un e-mail în urmă cu două ore de la organizaţia oficială din Davos şi era un studiu despre somn făcut la nivel mondial. Arăta că oamenii petrec mai mult timp cu dispozitivele lor digitale decât dorm… Cred că este foarte interesant să ne uităm la relaţia dintre tehnologie şi grija pe care o avem faţă de noi înşine. Pentru că suntem cu toţii în mod evident dependenţi de tehnologie. Aşadar, cum putem să o punem la locul ei? Şi nu pe noptieră. Aceasta este cheia – nu vă încărcaţi telefoanele lângă pat.

Huffington a fost înţeleaptă să se concentreze pe

încărcarea telefoanelor mobile inteligente. O pondere de 95% dintre adulţi folosesc un dispozitiv electronic care emite lumină în interval de o oră înainte de a merge la culcare şi mai mult de jumătate îşi verifică e-mailurile în timpul nopţii. Pentru segmentul de vârstă cuprins între 18 şi 64 de ani, *66*% dintre adulţi îşi ţin telefoanele lângă ei atunci când dorm, ceea ce ar putea explica de ce 50% dintre adulţi susţin că nu dorm bine pentru că sunt mereu conectaţi la tehnologie. Calitatea somnului a scăzut semnificativ în ultima jumătate de secol, în mod special în ultimele două decenii, iar unul dintre principalii vinovaţi este lumina albăstruie emanată de multe dintre aceste dispozitive electronice.

Milenii întregi lumina albastră nu a existat decât în timpul zilei. Lumânările şi focul făcut cu lemne produc o lumină roşiatic-gălbuie şi nu exista lumină artificială pe timpul nopţii. Lumina focului nu este o problemă, deoarece creierul interpretează lumina roşie ca pe un semnal asociat orei de culcare. Cu lumina albastră lucrurile stau altfel, pentru că semnalizează dimineaţa. Aşadar, 95% dintre noi ne inducem un fel de diferenţă de fus orar în timpul nopţii prin faptul că le spunem corpurilor noastre că ziua începe chiar înainte să mergem la culcare.

În mod normal, glanda pineală îngropată adânc în creierul nostru produce în timpul nopţii un hormon numit melatonină. Melatonina provoacă somnolenţă, motiv pentru care oamenii care suferă din cauza diferenţelor de fus orar iau suplimente de melatonină înainte de culcare. Atunci când lumina albastră ajunge la receptorii din ochi, glanda pineală sistează producţia de melatonină şi corpul începe să se pregătească pentru zi. În 2013, un grup de oameni de ştiinţă a măsurat cât de multă melatonină produceau nişte voluntari în vârstă de 13 ani după ce foloseau un iPad la ore târzii ale nopţii. Atunci când acei voluntari purtau ochelari portocalii – pentru a simula

lumina de seară – produceau destulă melatonină, ceea ce le pregătea corpurile pentru culcare. Atunci când purtau ochelari albaştri (şi într-o anumită măsură când foloseau iPad-urile fără ochelari), corpurile lor produceau semnificativ mai puţină melatonină. Cercetătorii le-au solicitat insistent „producătorilor să conceapă dispozitive economice care să ţină cont de ciclul de somn", cu lumini de fundal care deveneau treptat mai portocalii spre noapte. Un al doilea studiu, de această dată efectuat fără ochelari, a dezvăluit acelaşi efect: oamenii produc mai puţină melatonină, dorm mai prost şi se simt mai obosiţi atunci când folosesc un iPad înainte de culcare. Pe termen lung, compulsiunile noastre tehnologice ne deteriorează starea de sănătate.

Oricât de mult ne tulbură lumina albastră calitatea somnului, răul şi mai mare pe care îl produce dependenţa comportamentală se petrece în timp ce suntem pe deplin treji, făcând obsesiv jonglerii cu laptopuri şi tablete, ceasuri care ne monitorizează activitatea fizică şi smartphone-uri.

Creierul uman are şabloane de activitate diferite pentru experienţe diferite. 8 Un grup de neuroni se activează atunci când te gândeşti la chipul mamei; un alt grup de neuroni atunci când te gândeşti la casa în care ai crescut. Aceste şabloane sunt difuze, dar atunci când te uiţi la activitatea cerebrală a unui individ poţi să îţi dai seama, în mare, dacă se gândeşte la mamă sau la casa natală.

De asemenea există şi un şablon care descrie activitatea cerebrală a unui dependent de droguri pe măsură ce îşi injectează heroină şi un altul care descrie ce se întâmplă în creierul unui dependent de jocuri în timp ce porneşte într-o nouă misiune în World of Warcraft.49 Se pare că cele două simt aproape identice. Heroina acţionează mai direct, provocând o reacţie mai puternică

decât jocul, dar şabloanele de neuroni care se activează la nivelul creierului sunt aproape identice. „Drogurile şi comportamentele care dau dependenţă activează acelaşi centru al recompenselor din creier”, spune Claire Gillan, o specialistă în neuroştiinţe care studiază comportamentele obsesive şi repetitive. „Câtă vreme un comportament determină apariţia sentimentului de satisfacţie – dacă a fost asociat în trecut cu rezultate pline de satisfacţie –, creierul îl va aborda în acelaşi fel ca pe un drog”. Ce face ca droguri precum heroina şi cocaina să fie mai periculoase pe termen scurt este că acestea stimulează centrul de recompense mult mai puternic decât o fac comportamentele. „Cocaina are efecte mai directe asupra neurotransmiţătorilor din creier decât, de exemplu, pariurile, dar funcţionează după acelaşi mecanism, la nivelul aceloraşi sisteme. Diferenţa este dată de amploare şi intensitate”.

y

Această idee este destul de nouă. Decenii la rând specialiştii în neuroştiinţe au crezut că numai drogurile şi alcoolul ar putea stimula dependenţa, în timp ce faţă de comportamente oamenii reacţionau diferit. Comportamentele s-ar putea să fie plăcute, sugerau aceştia, dar acea plăcere nu ar putea vreodată să se ridice la nivelul de necesitate distructivă asociat consumului de droguri şi alcool. Însă cercetări mai recente au demonstrat că şi obiceiurile care creează dependenţă generează aceleaşi reacţii la nivel cerebral care se înregistrează după consumul de droguri. În ambele cazuri câteva regiuni situate în interiorul creierului eliberează o substanţă chimică numită dopamină, care se lipeşte de receptori răspândiţi peste tot în creier şi care, la rândul lor, produc un val intens de plăcere. În cea mai mare parte a timpului creierul eliberează doar o doză mică de dopamină, dar anumite substanţe şi experienţe care dau dependenţă

stimulează excesiv producţia de dopamină. Atunci când îţi încălzeşti mâinile la un foc făcut din lemne, într-o noapte friguroasă, sau când bei puţină apă însetat fiind, ai o senzaţie plăcută, dar acea senzaţie este semnificativ mai intensă pentru un dependent atunci când îşi injectează heroină sau, într-o măsură mai mică, atunci când începe o nouă misiune în World of Warcraft.

La început, pe măsură ce creierul transformă valul de dopamină în plăcere, beneficiile par semnificativ mai mari decât dezavantajele. Dar în curând creierul va interpreta acest flux ca fiind o greşeală, producând din ce în ce mai puţină dopamină. Singura modalitate de a ajunge iar la intensitatea primei doze este amplificarea cantităţii drogului sau a experienţei – să pariezi mai mulţi bani, să prizezi mai multă cocaină sau să petreci mai mult timp jucând un joc mai captivant. Pe măsură ce creierul îşi dezvoltă toleranţa, zonele care produc dopamină se restrâng, iar minimele dintre fiecare doză se reduc din ce în ce mai mult. În loc să producă o cantitate sănătoasă de dopamină, cantitate care cândva inspira optimism şi mulţumire în raport cu micile plăceri, aceste regiuni rămân inactive până când sunt din nou suprastimulate. Dependenţele sunt atât de plăcute, încât creierul face două lucruri: întâi produce mai puţină dopamină pentru a stăvili valul de euforie şi apoi, când dispare sursa acelei euforii, se luptă să se descurce cu faptul că acum produce mult mai puţină dopamină decât obişnuia odată. Şi aşa continuă ciclul, pe măsură ce dependentul tot caută sursa dependenţei sale, iar creierul răspunde prin producţia din ce în ce mai slabă de dopamină după fiecare doză.

Când eram copil eram îngrozit de droguri. Aveam un coşmar recurent în care cineva mă forţa să iau heroină, iar eu deveneam dependent. Ştiam foarte puţine lucruri despre dependenţă, dar mă imaginam făcând spume la gură într-un centru de tratament sumbru. Pe măsură ce a

trecut timpul mi-am dat seama că cei care vindeau droguri nu aveau să-şi piardă timpul cu un nevrotic de şapte ani, dar o parte a coşmarului mi-a rămas în cap: ideea că o persoană ar putea să devină dependentă fără voia sa; adică, dacă se întâmpla să intri în contact cu o substanţă care dă dependenţă, vei deveni dependent. Dacă dependenţa ar fi fost doar o tulburare a creierului, eu, cel de şapte ani, aş fi avut dreptate: inundă creierul cu dopamină şi vei crea un dependent. Dar dependenţa nu funcţionează deloc aşa. Din moment ce creierul reacţionează în esenţă la fel faţă de orice eveniment plăcut, atunci trebuie să mai existe un ingredient – altfel vom deveni cu toţii extrem de dependenţi de îngheţată de la vârste fragede. (Imaginaţi-vă doar şocul de dopamină lansat după ce un pici gustă prima dată o îngheţată.)

Ingredientul care lipseşte este situaţia în care se produce fluxul de dopamină. Substanţa sau comportamentul în sine nu generează dependenţă până când nu învăţăm să o/îl folosim ca remediu la problemele noastre psihologice. Dacă eşti anxios sau deprimat, de exemplu, s-ar putea să descoperi că heroina, mâncarea sau pariurile îţi diminuează durerea. Dacă te simţi singur, s-ar putea să te laşi prins într-un joc video în care să îţi construieşti noi reţele sociale.

„Avem sisteme pentru cum să creştem copii şi să iubim, iar acele sisteme ne presează să insistăm, în ciuda consecinţelor negative”, explică Maia Szalavitz, o scriitoare care se concentrează pe dependenţă. „Sistemul care este construit pentru acest fel de comportament este tiparul pentru dependenţă. Atunci când sistemul nu se aliniază corespunzător, dezvoltăm dependenţe”. Fiecare dintre sistemele la care se referă Szalavitz este o colecţie de comportamente instinctive de supravieţuire, cum ar fi motivaţia de a avea grijă de copii sau de a găsi un partener de viaţă. Aceleaşi instincte care ne împing să mergem mai

departe, în ciuda durerii şi a dificultăţilor, pot să declanşeze şi fanatism şi comportamente dependente distrugătoare.

Într-un articol, Szalavitz arată că nimeni altcineva nu poate să te transforme într-un dependent.5° „Pacienţii care suferă de dureri nu pot «să fie făcuţi dependenţi» de către doctorii lor”, spune Szalavitz. „Pentru a pune bazele unei dependenţe trebuie să luaţi drogul în mod repetat pentru destinderea emoţională, într-o aşa măsură încât să vi se pară că nu puteţi trăi fără acesta… se poate întâmpla doar atunci când începeţi să luaţi dozele mai devreme sau când luaţi doze în plus în momentele în care aveţi nevoie să vă confruntaţi cu alte probleme în afară de durere. Până când creierul nu învaţă că drogul este esenţial pentru stabilitatea voastră emoţională, nu putem vorbi despre o dependenţă”. Dependenţa nu este doar o reacţie fizică; este felul în care reacţionaţi psihologic la acea experienţă fizică. Pentru a sublinia ideea, Szalavitz se referă la heroină, drogul cu cel mai mare potenţial pentru dependenţă, ilegal şi periculos. „Ca să spun lucrurile pe şleau, dacă eu te răpesc, te leg fedeleş şi îţi injectez heroină timp de două luni, pot genera o dependenţă fizică şi simptome de sevraj – dar devii cu adevărat dependent doar dacă vei consuma drogul şi după ce te eliberez”.

„Dependenţa nu înseamnă să îţi «corupi» creierul, să îl «deturnezi» sau să îi «faci rău»”, spune Szalavitz. „Oamenii pot să fie dependenţi de comportamente şi chiar şi de experienţa dragostei. Dependenţa are legătură de fapt cu relaţia dintre persoană şi experienţă”. Nu este suficient să-i impui cuiva în mod repetat un drog sau un comportament – acea persoană trebuie să şi înveţe că experienţa este un tratament eficient pentru orice o doare la nivel psihologic.

Perioada cu cel mai mare risc pentru dezvoltarea unei dependenţe este perioada incipientă a vieţii de adult.

Foarte puţini oameni se aleg cu dependenţe mai târziu, dacă nu au fost dependenţi în adolescenţă. Unul dintre principalele motive este faptul că tinerii adulţi sunt bombardaţi cu o galaxie de responsabilităţi pentru care nu au instrumentele potrivite să le gestioneze. Învaţă să caute remedii în substanţe sau în obiceiuri care anesteziază înţepătura stăruitoare a greutăţilor constante. Până la mijlocul perioadei cuprinse între 20 şi 30 de ani cei mai mulţi oameni găsesc mecanismele necesare pentru a face faţă situaţiilor şi reţelele sociale care le-au lipsit în adolescenţă. „Dacă nu iei droguri în adolescenţă, atunci e probabil să înveţi să îţi rezolvi problemele şi prin alte metode”, spunea Szalavitz. Aşa că îţi dezvolţi o anumită rezistenţă până când ieşi din adolescenţă.

Cel mai surprinzător lucru pe care mi l-a spus Szalavitz a fost că dependenţa e un fel de dragoste prost direcţionată. Este dragostea pentru o obsesie, dar fără sprijin emoţional. Ideea s-ar putea să sune pompos, dar are justificare ştiinţifică.

În 2005, antropologul Helen Fisher şi colegii ei au scanat creierele unor îndrăgostiţi. Ea şi-a descris descoperirile într-un articol cu titlul „Dragostea este precum cocaina”:

Îmi venea să sar până la cer. În faţa ochilor mei erau scanări care arătau petice de activitate în zona tegmentală ventrală (sau VTA[4]), o fabricuţă măruntă în apropiere de baza creierului care produce dopamină şi care trimite acest stimulent natural spre numeroase regiuni ale creierului… Această fabrică face parte din sistemul de recompense al creierului, adică reţeaua cerebrală care generează dorinţa, căutarea, poftele, energia, concentrarea şi motivaţia. Nu e de mirare că îndrăgostiţii pot să rămână treji întreaga noapte vorbind şi mângâindu-

4 Acronim pentru Ventral Tegmental Area (n.t.).

se. Nu e de mirare că devin atât de absenţi, atât de ameţiţi, atât de optimişti, atât de deschişi, atât de plini de viaţă. Ei se află sub influenţa „metamfetaminei” naturale… Mai mult, atunci când colegii mei au repetat acest experiment de scanare a creierului în China, şi participanţii chinezi au demonstrat la fel de multă activitate în zona VTA şi pe alte căi pe care circulă dopamina – căile neuro-chimice ale dorinţei. Aproape toţi oamenii de pe Pământ simt această pasiune.51

În anii 1970, psihologul Stanton Peele a publicat *Love and Addiction*, în care explica faptul că ataşamentul foarte sănătos pe care îl simţim faţă de oamenii pe care îi iubim poate fi şi distructiv. *2 Acelaşi ataşament poate fi direcţionat şi spre o sticlă de vodcă, o seringă cu heroină sau o seară la cazinou. Sunt impostori, pentru că alină disconfortul psihologic la fel cum sprijinul social face ca greutăţile să pară mai uşoare – dar curând înlocuiesc plăcerea pe termen scurt cu durere de durată. Capacitatea de a iubi s-a născut din milenii de evoluţie. Asta îi face pe oameni să aibă structura necesară pentru a-şi creşte urmaşii şi pentru a-şi transmite genele generaţiei următoare – dar în acelaşi timp îi face susceptibili la dependenţă.

Caracterul distructiv este o parte esenţială a dependenţei. Există numeroase căi prin care se poate defini dependenţa, dar cele mai generale definiţii merg prea departe, pentru că includ şi acţiuni care sunt sănătoase sau esenţiale pentru supravieţuire. Într-un editorial din 1990 scris pentru *British Journal of Addiction*, psihiatrul Isaac Marks susţinea că „viaţa este o serie de dependenţe şi fără ele murim”.53 Marks şi-a intitulat articolul „Dependenţe comportamentale (non-chimice) ”[5], şi avea un motiv bun să fie provocator. Obiceiurile care dau

5 „Behavioral (Non-Chemical) Addictions" în original (n.r.).

dependenţă (sau dependenţele comportamentale) erau relativ noi pentru domeniul psihiatriei:

La fiecare câteva secunde inspirăm aer. Dacă suntem privaţi de acesta, ne chinuim să respirăm după câteva secunde şi simţim o imensă uşurare atunci când reuşim. Privarea mai îndelungată duce la creşterea tensiunii, simptome grave de sevraj prin asfixiere şi în câteva minute provoacă moartea. Raportat la un interval de timp mai mare, mâncatul, băutul, eliminarea fecalelor, micţiunea şi sexul presupun şi acestea dorinţe progresive de a îndeplini o acţiune; acţiunea stinge dorinţa, cea din urmă revenind după ore sau zile.

Marks avea dreptate: respiraţia părea să oglindească proprietăţile altor tipuri de comportamente adictive. Dar conceptul de dependenţă nu este interesant sau util dacă descrie fiecare activitate care joacă un rol în supravieţuirea noastră. Nu este logic să spunem despre un pacient bolnav de cancer că este dependent pentru că are nevoie de chimioterapie. Dependenţele ar trebui măcar să nu schimbe probabilitatea ca noi să supravieţuim; imediat ce oglindesc proprietăţile unor acţiuni vitale ca respiratul, mâncatul şi medicamentele folosite în chimioterapie nu mai vorbim despre „dependenţe”.

Stanton Peele a făcut legătura dintre dragoste şi dependenţă în anii 1970, susţinând că dragostea ducea la dependenţă atunci când nu era bine direcţionată şi ajungea să se îndrepte spre ţinte periculoase. La fel ca Marks cincisprezece ani mai târziu, şi Peele susţinea că dependenţa mergea mai departe de substanţele ilegale. Decenii întregi oamenii de ştiinţă susţinuseră asta, într-atât de mult încât puţini dintre ei erau dispuşi să accepte că nicotină dădea dependenţă. Din moment ce fumatul era legal, conform raţionamentului lor, tutunul nu avea cum să dea dependenţe. Termenul „dependenţă” devenise atât de stigmatizat încât era rezervat unui grup mic şi închis de

substanţe. Însă termenul nu era sfânt pentru Peele. El a atras atenţia că mulţi fumători se bazau pe nicotină în acelaşi fel în care dependenţii de heroină se bazau pe drog ca pe o cârjă psihologică, deşi heroina era în mod evident mai dăunătoare pe termen scurt. Perspectiva lui Peele semăna cu o erezie în anii 1970, dar lumea medicală l-a prins din urmă în anii 1980 şi 1990. Peele atrăsese atenţia şi asupra faptului că orice cârjă distructivă putea deveni o sursă de dependenţă. Cineva plictisit cu un job la birou care apelează la pariuri pentru senzaţiile tari care îi lipseau în lumea reală ar putea să devină dependent de pariuri.

L-am abordat pe Peele în timp ce făceam cercetarea pentru această carte, dar s-a zbârlit când am adus vorba despre dependenţa comportamentală. „Sigur”, mi-a spus, dându-mi de înţeles că i-ar face plăcere să vorbim, „doar că eu n-am folosit niciodată termenul «dependenţă comportamentală»”. Pentru Peele termenul era o erezie, pentru că presupunea că exista o diferenţă semnificativă între obiceiurile care dau dependenţă şi dependenţa de substanţe, o delimitare despre care el susţine că nu există, pentru că dependenţa nu are legătură cu substanţe, comportamente sau reacţii cerebrale. Pentru Peele, dependenţa este „un ataşament extrem, disfuncţional, faţă de o experienţă care este foarte dăunătoare pentru o persoană, dar care este o parte esenţială a ecologiei individului şi la care persoana nu poate renunţa”. Aşa o definise în urmă cu zeci de ani şi aşa o vede şi astăzi. „Experienţa” se referă la tot ce este inclus în context: anticiparea evenimentului şi comportamentul de potrivire atentă a acului, lingura arsă şi bricheta. Chiar şi heroina – o substanţă care dă dependenţă, dacă e să existe vreuna care chiar face asta – îşi croieşte drum prin corp printr-un lanţ de comportamente care ele însele ajung să facă parte din dependenţă. Dacă inclusiv dependenţa de heroină este

într-o anumită măsură „comportamentală”, puteţi înţelege de ce Peele evita cu totul termenul.

Poate că Peele nu a folosit termenul „dependenţă comportamentală”, dar timp de zeci de ani a separat în cărţile lui obiceiurile care dau dependenţă de substanţele care dau dependenţă. De exemplu, cel de-al şaselea capitol al cărţii sale *The Truth About Addiction and Recovery*, scrisă în colaborare cu psihiatrul Archie Brodsky în 1991, are titlul: „Dependenţa de pariuri, shopping şi activitate fizică”. Peele şi Brodsky s-au întrebat: „Poate cineva să fie dependent de jocuri de noroc, shopping, activităţi fizice, sex sau dragoste în acelaşi fel în care un individ este dependent de alcool şi droguri?”. Răspunsul lor a fost *da* – că „orice activitate, implicare sau senzaţie pe care o persoană o consideră suficient de solicitantă poate deveni o dependenţă… dependenţa poate fi înţeleasă doar în termenii experienţei globale pe care i-o oferă unei persoane… şi raportat la felul în care se leagă acestea de situaţiile de viaţă şi nevoile persoanei”. Peele şi Brodsky au demontat rapid şi ideea conform căreia orice activitate plăcută, care stimulează producţia de endorfine, ar fi o dependenţă. „Endorfinele nu îi fac pe oameni să alerge până când le sângerează picioarele sau să mănânce până când vomită”, au argumentat aceştia. Doar pentru că alergătorii se simt „drogaţi”, asta nu înseamnă că sunt dependenţi. Ei au refuzat să se refere la pariuri, shopping şi exerciţii fizice compulsive ca fiind „boli”, dar au rămas deschişi la ideea că acele activităţi puteau să inspire comportamente de tip dependent.

Peele a fost marginalizat decenii întregi. S-a poziţionat împotriva abstinenţei şi a Alcoolicilor Anonimi şi a scris iar şi iar că dependenţa nu era o boală. Mai degrabă era o asociere dintre o nevoie psihologică nesatisfăcută şi o serie de acţiuni care ameliorau pe termen scurt acea nevoie, dar care în cele din urmă era

nocivă pe termen lung. Peele a fost adesea conflictual şi întotdeauna provocator, dar mesajul său principal a rămas neschimbat: orice experienţă ar putea să ducă la o dependenţă, dacă putea să calmeze o suferinţă psihologică. Ideile lui Peele au ajuns, treptat, să fie în general adoptate. Deşi Asociaţia Americană de Psihiatrie (APA) ” încă mai consideră dependenţa ca fiind o boală, la patru decenii după ce Peele a făcut prima dată legătura dintre dragoste şi dependenţe, APA a recunoscut că dependenţa nu se limitează la consumul de substanţe.

Cam la fiecare cincisprezece ani, APA lansează o nouă ediţie a bibliei sale – DSM.54 DSM[6] consemnează semnele şi simptomatica pentru zeci de tulburări psihiatrice, de la depresie şi anxietate până la schizofrenie şi atacuri de panică. Atunci când APA a lansat în 2013 cea de-a cincea ediţie a DSM, a adăugat *dependenţa comportamentală* în lista de diagnostice oficiale şi a renunţat la expresia *consum de substanţe şi dependenţă* în favoarea formulării *dependenţe şi tulburări conexe*. De ani întregi, psihiatrii tratează dependenţi de comportamente, iar acum APA îi ajungea din urmă.

APA a evidenţiat şi că simpla situaţie de a depinde de o substanţă sau de un comportament nu era suficient pentru un diagnostic de dependenţă. Mulţi pacienţi din spitale depind, de exemplu, de opiacee, dar asta nu înseamnă că toţi cei internaţi în spitale sunt dependenţi de opiu. Ingredientele lipsă sunt senzaţia de poftă născută din dependenţă şi faptul că dependenţii ştiu că până la urmă îşi subminează bunăstarea pe termen lung. Un pacient dintr-un spital care se bazează pe morfină în timp ce se recuperează după o operaţie face ce poate mai bine şi pe termen scurt, şi pe termen lung; un dependent de morfină ştie că dependenţa lui combină încântarea pe termen scurt

6 American Psychiatric Association (n.t.).

cu daune pe termen lung. Mai mulţi dependenţi comportamental, actuali şi foşti, mi-au spus acelaşi lucru: consumarea dependenţelor e întotdeauna dulce-amăruie. E imposibil să uite că îşi compromit bunăstarea chiar şi în timp ce se bucură de acel prim val al recompensei.

APA aduce abia acum în discuţie legătura dintre dependenţa de substanţe şi cea de comportamente, dar unii cercetători fac astfel de afirmaţii de zeci de ani. În anii 1960, înainte chiar ca Peele să înceapă să îşi publice ideile, un psihiatru suedez numit Gösta Rylander a observat că zeci de dependenţi de droguri se comportau de parcă ar fi fost animale sălbatice în pericol.55 Atunci când sunt captive în spaţii mici, animalele se liniştesc repetând iar şi iar aceleaşi acţiuni. Delfinii şi balenele înoată în cerc, păsările îşi smulg propriile pene, iar urşii şi leii se plimbă ore întregi în perimetrul în care sunt închişi. Conform unor rapoarte, 40% dintre elefanţii care stau în cuşti mărşăluiesc în cercuri şi se leagănă înainte şi înapoi în căutarea alinării.

Acestea sunt semnale universale ale suferinţei, aşa că Rylander era îngrijorat să vadă un comportament similar la cei care luau cu regularitate amfetamină. Un pacient aduna şi aranja sute de pietre după mărime şi formă, iar apoi le amesteca pentru a putea lua de la capăt procesul. Zeci de motociclişti dintr-o bandă de consumatori de amfetamină conduceau pe aceeaşi stradă dintr-o suburbie de două sute de ori. Un bărbat îşi smulgea părul fără oprire şi o femeie îşi pilea unghiile timp de trei zile până când îi dădea sângele. Atunci când Rylander le-a cerut să explice ce făceau, ei s-au chinuit să născocească răspunsuri rezonabile. Ştiau că se comportau ciudat, dar se simţeau obligaţi să continue. Unii dintre ei erau motivaţi de o fierbinte curiozitate patologică, în timp ce alţii simţeau că repetiţia îi calma. Rylander a scris despre ce văzuse într-un articol, etichetând acolo comportamentul

prin termenul *pundingy* un cuvânt suedez care înseamnă nerozie sau idioţenie. Totuşi mai interesant pentru Rylander era că pentru aceşti pacienţi nu exista vreo graniţă între dependenţa de droguri şi cea comportamentală. Fiecare se revărsa în cealaltă şi erau similar de nocive, liniştitoare şi irezistibile.

Rylander a murit în 1979, dar a lăsat în urmă o moştenire însemnată. Un cerc din ce în ce mai extins de doctori şi cercetători consemna fenomenul *punding* prezent la dependenţii de cocaină şi la alţi consumatori de droguri, iar lucrarea lui Rylander a fost citată de sute de ori. Comportamentele de tip *punding* sunt adesea bizare, dar îi afectau exact pe cei pe care experţii i-au şi bănuit: consumatorii de droguri înrăiţi. Asta s-a întâmplat cel puţin până la începutul anilor 2000, când un mic grup de specialişti în neuroştiinţe a început să observe acest *punding şi* alte comportamente repetitive ciudate la unii dintre cei mai improbabili suspecţi.

La începutul anilor 2000, Andrew Lawrence, un profesor de neuroştiinţe de la Universitatea Cardiff, şi unii dintre colegii săi au observat o gamă de comportamente bizare care generau dependenţă la persoane diagnosticate cu Parkinson. Aproape că nu există niciun fel de suprapunere între personalităţile stereotipice ale consumatorilor înrăiţi de droguri şi pacienţii cu Parkinson. În timp ce consumatorii de droguri sunt tineri şi impulsivi, pacienţii cu Parkinson sunt cu predilecţie în vârstă şi sedaţi. Mai mult decât orice altceva, aceştia speră să se bucure de ultimele decenii ale vieţilor lor fără să sufere de tremurul musculaturii care este specific bolii. De fapt, singurul punct comun era că aceşti pacienţi cu Parkinson luau un medicament foarte puternic pentru a-şi trata tremurul. „Parkinson apare din cauza unui deficit de dopamină, aşa că tratăm boala cu medicamente care înlocuiesc dopamina”, a spus Lawrence. Dopamina este

produsă de mai multe regiuni ale creierului şi are o gamă bogată de efecte. Controlează mişcarea (de aici şi tremurul pacienţilor cu Parkinson) şi joacă un rol important în conturarea felului în care oamenii reacţionează în raport cu recompensele şi plăcerea. Dopamina ţinteşte tremurul parkinsonian, dar în acelaşi timp se întâmplă să inducă şi o formă de plăcere sau satisfacţie. Mulţi pacienţi, atunci când sunt lăsaţi singuri cu propriile dispozitive, ajung să devină dependenţi de medicamentele care înlocuiesc dopamina, aşa că neurologii le monitorizează îndeaproape dozele. Dar nu asta îl fascinase şi îl frământase pe Lawrence cel mai mult.

„Pacienţii îşi strângeau medicamentele şi atunci s-a întâmplat să observăm că unii dintre ei manifestau şi dependenţe de comportamente”, a spus Lawrence. „Aşa că raportau probleme cu pariuri, shopping, mâncat compulsiv şi hipersexualitate”. În 2004, Lawrence a catalogat unele dintre aceste simptome într-o lucrare uimitoare. Un bărbat, un contabil care timp de jumătate de secol făcuse economii cu atenţie şi devotament, deprinsese obiceiul pariurilor. Nu mai pariase niciodată până atunci, dar deodată s-a simţit atras de freamătul riscului. La început a pariat cu grijă, dar curând plasa pariuri de câteva ori pe săptămână şi apoi în fiecare zi. Economiile lui pentru pensionare pe care le câştigase cu greu s-au micşorat în ritm lent la început, dar apoi din ce în ce mai rapid, până când a ajuns să aibă datorii. Soţia lui a intrat în panică şi i-a cerut bani fiului, dar contribuţia acestuia nu a făcut decât să alimenteze dependenţa bărbatului. Într-o zi, soţia l-a găsit căutând prin gunoi, cu speranţa de a recupera biletele la loto pe care ea le rupsese mai devreme în acea zi. Şi, cel mai rău, bărbatul nu putea explica schimbarea sa de caracter. Nu voia să parieze sau să îşi risipească economiile de-o viaţă, dar nu se putea abţine. Atunci când se luptase cu nevoia de a paria, asta îi ocupase complet

mintea. Doar pariurile păreau să îl relaxeze.

Alţi pacienţi în vârstă îşi dezvoltaseră fetişuri sexuale şi le solicitau soţilor şi soţiilor sex pe tot parcursul zilei. Un bărbat care toată viaţa fusese un conformist în materie de modă a început să se îmbrace ca o prostituată. Alţii au devenit dependenţi de pornografia de pe internet. Oameni care toată viaţa avuseseră o dietă sănătoasă mâncau compulsiv bomboane şi ciocolată şi adunau munţi de kilograme în doar câteva luni. Dar poate cel mai ciudat a fost cazul bărbatului care nu se putea opri din a face donaţii din banii săi. După ce şi-a golit contul bancar a început să-şi doneze lucrurile. Când Bill Connolly, vestitul comic scoţian, s-a îmbolnăvit de Parkinson la aproape 70 de ani, a început să ia medicamente care înlocuiau dopamina. se Şi el a cedat în faţa dependenţelor comportamentale şi a trebuit să oprească tratamentul. „Doctorii au trebuit să mă scoată de pe tratament, pentru că efectele secundare erau mai puternice decât beneficiile”, i-a spus Connolly lui Conan O’Brien într-una din ediţiile emisiunii nocturne moderate de acesta la care a participat. „Am întrebat ce efecte secundare sunt şi ei mi-au spus: «Un interes crescut pentru sex şi pariuri»”. Connolly face haz de necaz la TV, dar în lipsa tratamentului tremurul său e din ce în ce mai grav. Medicamentele sunt atât de puternice, încât aproape jumătate dintre pacienţi par să se aleagă cu unele dintre aceste efecte secundare.

Lawrence a susţinut că aceşti pacienţi pur şi simplu dădeau curs comportamentelor care le erau la îndemână. Aceste comportamente, numite *stereotipuri*, depind de „poveştile de viaţă particulare”, scria Lawrence. „De exemplu, cei care au lucrat în birouri recurg la stereotipul de a învârti hârtii, o cusătoreasă va colecţiona şi aranja nasturi”. Un om de afaceri în vârstă de 65 de ani demonta şi reconstruia repetitiv stilouri şi tot curăţa o suprafaţă deja imaculată de pe biroul său. Un arhitect de 58 de ani

îşi distrugea şi reconfigura biroul de acasă iar şi iar. Un tâmplar de 50 de ani colecţiona scule electrice şi a doborât fără motiv un copac din curtea lui. Aceste acţiuni familiare deveneau o sursă de alinare pentru că le erau la îndemână şi solicitau foarte puţină analiză.

Înaintea lui, Lawrence şi Rylander au observat graniţa fină dintre dependenţa de substanţe şi cea comportamentală. La fel ca drogurile sau alcoolul, stereotipurile sunt doar încă o cale de a linişti un psihic chinuit. Lawrence a subliniat această suprapunere consemnând că mulţi dintre pacienţii care erau prinşi într-un cerc vicios comportamental erau aceiaşi care luau în exces medicamentele care le stimulau producţia de dopamină. Celor care sufereau de forme agresive de Parkinson li se monta adesea o mică pompă care le administra medicamentele intern. Deşi li se spunea să respecte un program, puteau apăsa pe un buton pentru a administra o nouă doză de medicamente atunci când simptomele se agravau. Mulţi începeau prin a respecta programul, dar curând învăţau că medicamentul îi şi face să se simtă bine. Unii dintre pacienţii care au devenit dependenţi de medicament au ajuns să dezvolte şi dependenţe comportamentale şi jonglau cu cele două. Într-o zi puteau să ia câteva doze în plus din medicament şi în următoarea zi puteau să învârtă hârtii ore întregi dimineaţa înainte să strângă şi să aranjeze pietre din grădină după-amiaza. Uneori le făceau pe amândouă, tratându-se singuri şi cu medicamente şi stereotipuri calmante. Nu exista nicio diferenţă concretă între cele două căi spre dependenţă; în esenţă erau două versiuni ale aceluiaşi program care nu funcţiona corespunzător.

În anii 1990, un specialist în neuroştiinţe de la Universitatea din Michigan, Kent Berridge, încerca să înţeleagă de ce dependenţii continuau să ia droguri pe măsură ce vieţile li se deteriorau. Un răspuns evident era

că dependenţii simt atât de multă plăcere de pe urma dependenţelor lor încât sunt dispuşi să îşi sacrifice bunăstarea pe termen lung pentru un val imediat de extaz – adică se îndrăgostiseră în mod disfuncţional de un partener care îi distrugea. „Cu 20 de ani în urmă căutam mecanismele plăcerii”, spunea Berridge. „Şi dopamina era cel mai bun mecanism existent al plăcerii şi toată lumea ştia că este implicat în dependenţă. Aşa că ne-am propus să găsim mai multe dovezi care să demonstreze că dopamina era un mecanism al plăcerii”. Pentru Berridge şi mulţi alţi cercetători legătura părea evidentă – într-atât de evidentă încât se aştepta să o găsească rapid pentru a putea să treacă mai departe, să răspundă la întrebări mai noi, mai interesante. Dar rezultatul s-a dovedit a fi greu de găsit. Într-unul dintre experimente Berridge le-a dat şoarecilor un lichid zaharos delicios şi i-a urmărit în timp ce îşi lingeau buzele cu plăcere. „La fel ca bebeluşii, şoarecii îşi ling ritmic buzele atunci când gustă ceva dulce”, a spus Berridge. Cercetătorii specializaţi pe cobai învaţă să interpreteze diferite manifestări ale acestora, iar asta era cea mai reprezentativă pentru plăcere. Bazându-se pe înţelegerea pe care o avea asupra dopaminei, Berridge a presupus că micuţul creier al fiecărui şoarece genera un aflux de dopamină de fiecare dată când animalul gusta lichidul dulce, iar această creştere a nivelului de dopamină îl făcea pe şobolan să-şi tot lângă buzele. Pe cale logică, dacă Berridge împiedica şobolanul să mai producă dopamină, acesta trebuia să nu-şi mai lângă buzele. Aşa că Berridge a făcut un fel de operaţie pe creier pe şoareci, pentru a-i opri să mai producă dopamină, şi le-a dat din nou lichidul.

Şoarecii au făcut două lucruri după operaţie, dintre care unul l-a surprins pe Berridge şi celălalt, nu. Aşa cum se aştepta, nu au mai băut lichidul zaharos. Operaţia le omorâse apetitul, prin faptul că le împiedicase creierul să

mai producă dopamină. Însă şoarecii au continuat să îşi lângă buzele în momentul în care îi hrănea direct cu apa cu zahăr. Nu păreau să o vrea – dar atunci când o gustau păreau să simtă la fel de multă plăcere pe cât simţeau înainte de operaţie. Fără dopamină, îşi pierduseră apetitul pentru apa cu zahăr, dar oricum încă o savurau când îi simţeau gustul.

„A durat cam zece ani pentru ca această descoperire să fie îmbrăţişată de comunitatea specialiştilor în neuroştiinţe”, spune Berridge. Descoperirile contraziceau ceea ce neurologii simţeau de multă vreme ca fiind adevărat. „Ani întregi oamenii din lumea neuroştiinţelor ne-au spus: «Nu, noi ştim că dopamina susţine plăcerea; mai mult ca sigur că te înşeli». Dar apoi au început să apară dovezi din studii făcute pe oameni şi acum foarte puţini cercetători se îndoiesc de concluziile noastre. În acele studii, cercetătorii le dădeau indivizilor cocaină sau heroină, dar şi un al doilea drog care era menit să întrerupă producţia de dopamină. Blocarea dopaminei nu reducea plăcerea pe care o simţeau – dar reducea cantitatea pe care o luau”.

Berridge şi colegii lui au demonstrat că exista o mare diferenţă între a-ţi plăcea un drog şi a-ţi dori un drog. Dependenţa era mai mult decât doar să-ţi placă ceva. Dependenţii nu erau oameni cărora se întâmpla să le placă drogurile pe care le consumau – aceştia erau indivizi care îşi *doreau* acele droguri foarte mult, chiar şi pe măsură ce începuseră să nu le mai placă, pentru că le distrugeau vieţile. Ceea ce face ca dependenţa să fie atât de dificil de tratat este că dorinţa este mult mai dificil de învins decât plăcerea. „Atunci când iau decizii, oamenii pun mai mult preţ pe dorinţă decât pe plăcere”, spunea Berridge. „Să-ţi doreşti e ceva mult mai robust, mai mare, mai vast şi mai puternic. Să-ţi placă e ceva micuţ şi fragil din punct de vedere anatomic – este uşor de întrerupt şi ocupă o parte

foarte mică din creier. În schimb, nu este uşor să întrerupi activarea dorinţei intense. Odată ce oamenii ajung să îşi dorească un drog e ceva aproape permanent – durează cel puţin un an la cei mai mulţi oameni şi uneori s-ar putea să dureze aproape toată viaţa”. Ideile lui Berridge explică de ce recidiva este atât de frecventă. Chiar şi după ce ajungi să urăşti un drog pentru că ţi-a distrus viaţa, creierul tău continuă să îl vrea. Îşi aminteşte că drogul a alinat o nevoie psihologică în trecut, aşa că pofta rămâne. Acelaşi lucru este adevărat şi pentru comportamente: chiar şi pe măsură ce ajungi să urăşti Facebook sau Instagram pentru că îţi consumă prea mult timp, continui să îţi doreşti să afli noutăţile la fel de mult pe cât ţi le doreai când te făceau fericit. Un studiu recent sugerează că jocul de-a inaccesibilul are acelaşi efect: un partener romantic care nu poate fi cucerit este mai puţin plăcut, dar mult mai dezirabil, ceea ce explică de ce unii oameni sunt atraşi de parteneri indisponibili din punct de vedere emoţional.57

Plăcerea şi dorinţa se suprapun în cea mai mare parte a timpului, ceea ce acoperă diferenţele dintre ele. Tindem să ne dorim lucrurile care ne plac şi invers, pentru că cele mai multe dintre lucrurile plăcute sunt bune pentru noi şi cele mai multe lucruri neplăcute nu sunt bune pentru noi. Puii de şobolan din studiile lui Berridge evoluaseră în aşa fel încât să le placă instinctiv gustul apei cu zahăr, pentru că substanţele dulci tind să nu fie nocive şi în acelaşi timp sunt bogate în calorii. Strămoşii lor şobolani, care se orientau spre mâncărurile dulci, aveau tendinţa de a trăi mai mult şi de a se împerechea cu alţi şobolani, aşa că preferinţa lor pentru dulce a fost transmisă de la o generaţie la alta. Şobolanii care mâncau alimente amare erau mult mai predispuşi să moară, ori otrăviţi, ori din cauza malnutriţiei. Foarte puţine mâncăruri cu adevărat amare sunt bogate în nutrienţi şi de la o vârstă fragedă evităm numeroase plante şi rădăcini

amare care se întâmplă să fie toxice. Deşi sunt adesea corelate, Berridge a demonstrat că plăcerea şi dorinţa merg pe alte căi în cazul dependenţei. Profunzimile dependenţei nu sunt deloc distractive, ceea ce este o altă modalitate de a spune că dependenţii tânjesc după o doză fără *să le placă* experienţa. Stanton Peele a comparat dependenţa cu dragostea prost orientată, iar să te îndrăgosteşti de persoana nepotrivită este un caz clasic de dorinţă fără plăcere. Să iubeşti persoana nepotrivită este ceva atât de obişnuit încât avem stereotipuri pentru „tipul care nu e bun de nimic" şi „femeia fatală". Ştim că nu ne fac bine, dar nu ne putem abţine să nu ni-i dorim.

Deşi Berridge îşi petrece mai mult timp investigând dependenţa de droguri, la fel ca Stanton Peele şi Andrew Lawrence el crede că ideea lui se aplică şi dependenţelor comportamentale. „Întotdeauna am ştiut că drogurile ar putea influenţa aceste sisteme cerebrale, dar nu am ştiut acelaşi lucru şi despre comportamente. Pe parcursul ultimilor aproximativ cincisprezece ani am ajuns să învăţăm că acelaşi lucru este valabil şi pentru comportamente – şi că procesul are loc prin aceleaşi mecanisme ale creierului". La fel cum drogurile declanşează producţia de dopamină, la fel este valabil şi pentru stimulii comportamentali. Atunci când un dependent de jocuri îşi deschide laptopul, nivelul de dopamină îi creşte fantastic; atunci când un dependent de activitate fizică îşi încheie şireturile la pantofii de alergat, nivelul de dopamină îi creşte fantastic. De aceea spunem că aceşti dependenţi de comportamente se aseamănă cu dependenţii de droguri. Dependenţele nu sunt motivate de substanţe sau comportament, ci de ideea, învăţată pe parcursul timpului, că acestea îi protejează pe dependenţi de suferinţă psihologică.

Adevărul despre dependenţă pune sub semnul întrebării multe dintre intuiţiile noastre pe subiect. Nu e

vorba că trupul nostru se îndrăgosteşte iremediabil de un drog periculos, ci mai degrabă că mintea învaţă să asocieze orice substanţă sau comportament cu alinarea durerii psihologice. De fapt, dependenţa nu are legătură cu îndrăgostitul; aşa cum a demonstrat Kent Berridge, toţi dependenţii îşi *doresc* obiectul dependenţei lor, dar mulţi dintre ei nu îl *plac* deloc. Cât despre Isaac Vaisberg, pacienţii cu Parkinson ai lui Andrew Lawrence şi Şoarecele 34, dependenţa rămâne chiar şi după ce dispare atracţia, lăsând intactă dorinţa pentru jocuri, curăţenie obsesivă sau autoadministrarea unei doze cu mult după ce plăcerea a dispărut.

Ingredientele dependenţei comportamental (sau cum să creezi o

Partea a doua experienţă care să dea dependenţă)

Scopuri

4

În 1987, trei neurologi australieni au descoperit o tehnică simplă care a uşurat vieţile a mii de pacienţi cu Parkinson.58 Boala îi aduce pe mulţi pacienţi în situaţia în care să nu mai poată să meargă, pentru că tremurul îi aduce în imposibilitatea de a se mişca din loc. Neurologii şi-au început raportul prin a descrie descoperirea accidentală. Un bărbat care suferea de unsprezece ani de Parkinson încă reuşea să se ridice din şezut, dar nu mai putea merge. Într-o dimineaţă şi-a pus picioarele lângă marginea patului şi le-a aşezat ferm pe podea. S-a ridicat, iar atunci când era în picioare s-a uitat în jos şi a observat că pantofii îi erau aşezaţi ordonat exact în faţa picioarelor, ca două mici obstacole. Spre surprinderea sa, în loc să se chinuie să meargă, a reuşit să facă un pas intenţionat deasupra unui pantof şi apoi încă unul pe deasupra celuilalt. Pantofii erau acum în spatele lui. Cu ajutorul unui scop mărunt, respectiv de a păşi peste pantofi, reuşise

pentru prima dată după ani întregi să meargă în loc să-şi târşâie picioarele.

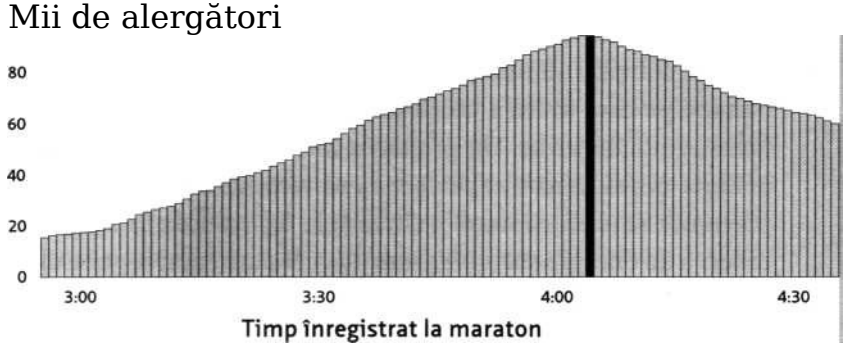
Bărbatul a fost întreprinzător. A testat diferite tactici. Întâi a purtat cu el obiecte mici oriunde mergea, aruncându-le la câţiva centimetri în faţă de fiecare dată când rămânea ţeapăn în loc. În curând puteai să îi depistezi traseul pe care îl avea prin casă după urma de obiecte. Apoi, copleşit de aglomeraţia de lucruri înşirate pe jos, a descoperit că îşi putea folosi bastonul ca obstacol reutilizabil. L-a întors invers, în aşa fel încât mânerul să stea pe podea exact în faţa piciorului său drept. Având mânerul ca obstacol, a făcut un prim pas şi apoi a repetat tehnica pentru piciorul stâng. Pentru că îşi luase puţin avânt, după câţiva paşi şi-a format un ritm şi a reuşit să meargă încet fără ajutorul bastonului.

Bărbatul a mers la neurologul lui, unul dintre cei trei care au scris ulterior lucrarea de referinţă, şi i-a prezentat noul său truc. Neurologul a fost dat pe spate. Cum era posibil ca un obstacol să îi îmbunătăţească mersul pacientului său? Răspunsul este că, dacă vrei să îi faci pe oameni să acţioneze, trebuie să descompui scopurile copleşitoare în ţeluri mai mici care să fie concrete şi mai uşor de gestionat. Oamenii sunt motivaţi de senzaţia de progres, iar progresele simt mai uşor de perceput atunci când se vede la orizont destinaţia. Folosindu-se de baston, bărbatul şi-a creat o serie de scopuri mărunte care erau uşor de digerat. Atunci când neurologul şi doi dintre colegii lui au confirmat că abordarea mergea şi cu alţi pacienţi bolnavi de Parkinson, aceştia au descris-o în lucrarea care îi înarma pe neurologi cu un nou instrument prin care să trateze una dintre cele mai incomode simptome ale bolii.

La fel ca micile obstacole pentru un bolnav de Parkinson, scopurile instigă adesea la acţiune, pentru că devin fixaţii. Se poate vedea asta dacă analizaţi timpii

obţinuţi de milioane de alergători la maraton, chitiţi pe reuşită.

Maratonistul obişnuit termină traseul de 42, 2 km (26, 2 mile) în aproximativ patru ore şi jumătate. La extreme, atleţii de top de sex masculin parcurg distanţa în puţin peste două ore, în timp ce alergătorii cei mai lenţi petrec zece ore sau mai mult pe traseu. Poate că v-aţi aştepta la o distribuţie omogenă a timpilor între aceste extreme. Ceva de tipul aceasta, unde înălţimea fiecărei linii arată câţi alergători au terminat maratonul în acel interval de timp:



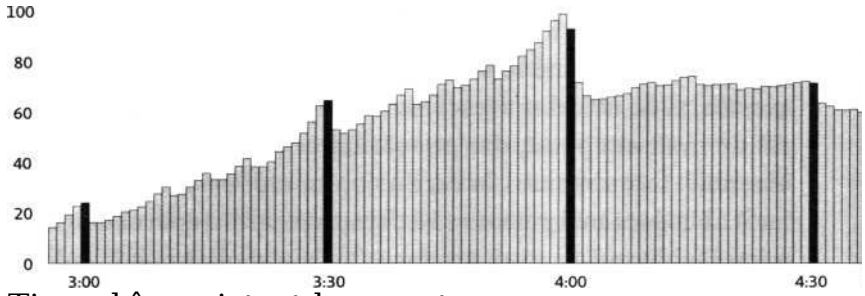
Un mic grup de alergători termină în mai puţin de trei ore, apoi timpii mai lenţi devin din ce în ce mai frecvenţi până la un vârf de patru ore şi trei minute (linia îngroşată). Nu există salturi sau jgheaburi în distribuţie, ceea ce este tipic pentru felul în care îndeplinesc oamenii multe sarcini fizice.

Dar distribuţia nu arată de fapt aşa, pentru că anumite repere de timp simt mai semnificative decât altele.59 Ştiu asta din proprie experienţă, pentru că în 2010 am participat la maratonul din New York. Mulţi atleţi aleargă în spatele celor care stabilesc ritmul şi care poartă pancarte mari pe care sunt scrişi timpi ca „3: 00”, „3: 30” sau „4: 00”. Cei care stabilesc ritmul şi poartă acele însemne sunt alergători cu experienţă care îşi propun să termine foarte aproape de acele repere, dar sub acestea, şi

de obicei reuşesc. Eu m-am ţinut după cel cu 3: 30 cât de mult am putut, dar pe măsură ce a trecut timpul am încetinit. În momentul în care 3: 30 era atât de mult în faţă încât abia dacă mai puteam să-i citesc pancarta a apărut lângă mine alergătorul cu 4: 00. Am renunţat la planul pe care îl avusesem pentru cursă şi mi-am stabilit un scop nou, clar: s-ar putea ca acesta să fie singurul maraton la care voi participa vreodată, aşa că pur şi simplu trebuie să termin în mai puţin de patru ore. Cu câţiva kilometri înainte de final eram de-a dreptul sfârşit. Îmi amintesc că am înfulecat cu poftă câteva banane pe care mi le-a oferit un spectator amabil căruia i se făcuse milă de mine. Un prieten a intrat pe pistă şi a strigat: „Foarte bine! Ai ritmul perfect ca să termini în mai puţin de patru ore şi cinci minute!”. Cuvintele lui au scos la iveală o rezervă de energie ascunsă şi am alergat puţin mai repede din acel moment până la final. Am reuşit să termin în 3: 57: 55. Când m-am întâlnit cu acelaşi prieten după cursă mi-a spus că minţise. „Erai pe drumul cel bun ca să termini în mai puţin de patru ore, dar îmi făceam griji că s-ar putea să încetineşti”, mi-a spus el. „Am ştiut că te vei strădui mai tare dacă vei crede că urmează să termini în patru ore şi cinci minute”. Maratonul din New York a fost primul şi ultimul la care am participat vreodată; aş fi alergat şi în 2011 dacă timpul obţinut ar fi depăşit patru ore.

Nu sunt singurul. În 2014, patru oameni de ştiinţă behaviorişti au adunat pe acelaşi grafic timpii obţinuţi de aproape zece milioane de maratonişti:

Mii de alergători



Timpul înregistrat la maraton

Dacă vă concentraţi pe reperele de la fiecare jumătate de oră, puteţi vedea clar chinul meu. Barele închise la culoare indică timpii aflaţi imediat sub praguri (2: 59, 3: 29, 3: 59 şi 4: 29) şi puteţi vedea că sunt cu mult mai frecvenţi decât timpii puţin mai lenţi (cele două sau trei bare din dreapta celei întunecate). Cumva alergătorii accesează depozite de energie ascunse în timp ce se străduiesc să depăşească pragurile semnificative, aşa că mult mai mulţi termină în să zicem, 3: 58 sau 3: 59 decât în 4: 01 sau 4: 02. Într-o cursă ca maratonul din New York, cu aproape 50.000 de alergători, cinci sute vor termina în 3: 59, în timp ce doar trei sute vor termina cu 4: 01. Dimensiunea acestei diferenţe surprinde cât de acut îşi doresc alergătorii la maraton să termine în mai puţin de patru ore. Aceasta este forţa de convingere a scopurilor clare: chiar şi atunci când eşti la doar două banane distanţă de colaps, tot descoperi voinţa să mergi mai departe. Aşadar, ce se întâmplă când îţi atingi scopul?

Robert Beamon s-a născut într-o familie săracă din Queens, New York, imediat după sfârşitul celui de-al Doilea Război Mondial.60 Tatăl lui era violent şi mama se temea pentru siguranţa lui Bob, aşa că micuţul a fost trimis să locuiască la bunica lui. Până să intre la liceu, ajunsese să fie înalt, subţire şi atletic. Îi plăcea să alerge şi să facă sărituri, iar un căutător de talente l-a remarcat în timp ce se antrena pe pista pentru sărituri ia în groapa cu nisip. A

început să câştige titluri în competiţii între liceele americane, iar până să termine liceul se afla între cei mai buni doi sau trei săritori în lungime din ţară. Beamon a acceptat o bursă la Universitatea din Texas în EI Paso, iar acolo şi-a propus să atingă scopul suprem pentru elita atleţilor: aurul olimpic.

Şansa lui Beamon s-a ivit în 1968, la Jocurile Olimpice din México City. Când a ajuns în México City câştigase 22 din ultimele 23 de evenimente la care participase şi era un puternic favorit pentru câştigarea medaliei de aur. Dar Beamon a intrat în panică. În timpul etapelor de calificare ceva nu părea în regulă. Pentru prima dată după ani de zile avea mari emoţii. Nefiind în apele lui, Beamon şi-a estimat greşit lansarea şi şi-a faultat primele două sărituri. Totul depindea de această a treia şi ultima sa şansă la calificare. Ralph Boston, cel care deţinea recordul mondial la acea vreme, şi coechipierul lui Beamon, l-a luat deoparte şi i-a spus să sară precaut. Aşa cum îşi aminteşte Beamon, „a spus: «dă-te înapoi vreun metru şi, dacă trebuie să sari din spatele plăcii, sari din spatele plăcii»". La această a treia şi ultima lui săritură, în ciuda faptului că îşi luase avânt destul de mult din spatele plăcii, Beamon a reuşit să se califice.

Finala începea în dimineaţa zilei următoare. Când Beamon şi-a amintit de acel moment cu ocazia unui interviu, 40 de ani mai târziu, el a spus că se simţea „calm, foarte relaxat". Ulterior le-a zis celor care îi luau interviul că dăduse peste cap câteva pahare de tequila în noaptea de dinainte, abandonând pentru scurt timp regimul său de antrenament profund abstinent. Trei atleţi urmau să sară înaintea lui Beamon, dar toţi trei şi-au faultat prima tentativă, aşa că Beamon rămăsese fără un obiectiv pentru distanţă. Prima săritură a durat, de la început până la sfârşit, doar şapte secunde. A mâncat din pistă şi a sărit departe şi înalt, aterizând foarte departe de marginea

gropii cu nisip. Beamon sărise atât de departe, încât sistemul de măsurare electronic nu a putut să calculeze distanţa săriturii. Se pot urmări şi astăzi secvenţele: un oficial zelos mişcă dispozitivul de măsurat până la capătul unei şine fixe şi îşi permite să zâmbească scurt în momentul în care îşi dă seama că săritura nu se poate măsura. Membrii comisiei oficiale se sfătuiesc puţin înainte să-şi dea seama că nu există nicio ruletă potrivită pe stadion. Unul dintre ei este trimis să caute una în timp ce evenimentul se suspendă. După 45 de minute se descoperă o ruletă şi, după măsurători repetate, oficialii asociază un număr saltului colosal al lui Beamon: 8 metri şi 90 de centimetri sau 29 de picioare şi 2, 5 inci. Beamon sărise cu aproape 55 cm – 2 picioare – mai departe decât oricare alt om din istorie. S-a prăbuşit pe pistă în timp ce Boston încerca să îl ajute să se ridice, dar a căzut din nou înainte ca picioarele să îi poată susţine greutatea. Urmărind înregistrarea, un doctor l-a diagnosticat pe Beamon ca fiind victima unei crize cataleptice, cauzată de şocul emoţional al reuşitei sale. Săritura a fost atât de impresionantă încât cuvântul „Beaumonesque” a ajuns să aibă semnificaţia unei realizări supraomeneşti care îşi eclipsează predecesorii.

Beamon şi-a depăşit cu mult scopurile atletice. A obţinut medalia de aur şi a devenit deţinătorul unui record mondial. Deziluzionat, Lynn Davies, anteriorul campion olimpic la săritura în lungime a spus: „Ce rost mai are? săritura lui Beamon a distrus întrecerea”. Din perspectiva campionului rus Igor TerOvanesian, concurenţa lui Beamon era formată din bieţi „copii”. Recordul a rămas în picioare aproape 23 de ani, până când atletul american Mike Powell a depăşit pragul lui Beamon cu câţiva centimetri – un record care se menţine şi astăzi.

Teoretic, Beamon ar fi trebuit să fie în extaz. După o etapă de calificări şubredă a reuşit să înregistreze o

performanţă care a fost adesea menţionată printre cele mai mari cinci reuşite atletice ale tuturor timpurilor. Restul acelei zile ar fi trebuit să fie unul dintre cele mai remarcabile momente ale vieţii lui Beamon. Dar nu a fost aşa. În 2008 şi-a amintit că sărbătoarea a durat doar câteva minute. „Când am ajuns pe podium mi-am spus: «Ce am să fac mai departe? Am atins un prag, aşadar, care va fi următoarea experienţă de vârf din viaţa mea?»”.

La o săptămână după competiţie, se înscrisese la cursuri de sociologie pentru a obţine o diplomă de masterat la Universitatea Adelphi. Aproape că a abandonat viaţa sportivă şi inclusiv astăzi se poate vedea că nu îi provoacă mare bucurie întrebările despre acea victorie. Dă uşor din cap, recunoaşte tăcut că săritura a fost impresionantă în ciuda stării sale modeste şi apoi continuă să vorbească despre acţiunile sale filantropice sau despre virtuţile coechipierilor lui olimpici.

Poate că Beamon este neobişnuit de rezervat, dar chiar şi cei care îşi propun ţeluri exagerate au dificultăţi cu succesele scandaloase. Cu siguranţă aşa a fost pentru Michael Larson, o legendă în lumea concursurilor televizate.

Larson era cunoscut ca fiind un tip chitit pe reuşite.61 Urmărea constant scop după scop, uneori scopuri mici şi alteori unele mari. Multe dintre acestea aveau legătură cu a face bani, pentru că Michael se născuse în 1949 într-o familie cu mijloace modeste dintr-un oraş mic – Lebanon, Ohio. Uneori nu se comporta tocmai etic. Lucru valabil când le-a vândut la suprapreţ ciocolate colegilor din gimnaziu şi atunci când a deschis mai multe conturi bancare pe mai multe nume, în aşa fel încât să poată beneficia de bonusul de 500 de dolari oferit de bancă pentru conturile noi. Larson era un „monogam în serie” în relaţia cu scopurile – urmărea scop după scop şi rareori ataca unul nou înainte ca actualul proiect să fie finalizat.

Rareori îi lipsea o misiune şi era neliniştit când nu avea un scop la orizont. Această abordare pasională pentru scopuri i-a declanşat decăderea.

În vara lui 1983, Larson avea 34 de ani şi era şomer, cu excepţia unor joburi trecătoare ca şofer pe un camion cu îngheţată şi mecanic specializat pe repararea aparatelor de aer condiţionat. Asamblase un perete uriaş de televizoare şi căuta obsesiv pe canale oportunităţi de a face bani. În cele din urmă şi-a găsit victima sub forma unei noi emisiuni de tip concurs. *Press Your Luck* a avut premiera pe CBS în septembrie 1983. Premisa emisiunii era simplă: concurenţii răspundeau la întrebări de cultură generală pentru a acumula „runde" şi apoi le foloseau pe o planşetă uriaşă pentru a câştiga bani şi premii, în acelaşi timp evitând căsuţele „cu ghinion" care le anulau complet câştigurile. Concurenţii se uitau la o lumină intermitentă care se plimba pe cele optsprezece pătrate de pe planşetă şi apăsau pe un buton roşu pentru a opri lumina în poziţia în care ajunsese în acel moment. Conţinutul pătratelor se modifica de la o clipă la alta, ceea ce făcea dificil de prezis dacă pătratul ales va avea de oferit bani, premii sau o lovitură. De aici şi numele jocului: participanţii puteau să aleagă să cedeze rundele rămase următorului jucător sau să continue să îşi „apese norocul" încercând încă o rundă. Jocul era conceput în aşa fel încât lumina să aterizeze pe o lovitură la fiecare cinci sau şase runde, împiedicându-i pe jucători să adune mai mult de câteva runde câştigătoare la rând.

Larson a urmărit emisiunea cu mult interes. Pentru cei mai mulţi dintre oameni, planşeta părea să aibă un comportament aleatoriu, dar Larson nu era ca cei mai mulţi oameni. El urmărea, zi de zi, înregistrând rezultatul fiecărei runde până când i s-a dezvăluit un tipar. A împărtăşit descoperirea cu soţia lui: lumina pulsatorie mergea pe cinci căi diferite şi, indiferent ce cale urma,

două pătrate din cele optsprezece nu afişau niciodată lovituri. Într-unul dintre tipare, de exemplu, lumina intermitentă ateriza pe un pătrat sigur după ce se plimbase pe patru pătrate periculoase. Cu exerciţiu, oricine putea să înveţe să păcălească sistemul. Larson avea un nou scop.[7]

Timp de şase luni, Larson a memorat cele cinci căi câştigătoare, jucând alături de participanţi până când ajunsese să mănânce, să doarmă şi să respire magicele mişcări secvenţiale. Numerotase fiecare pătrat şi exersa drumul parcurs de lumină pe măsură ce se tot deplasa pe planşetă. „Doi. Doisprezece. Unu. Nouă. În siguranţă! Doi. Doisprezece. Unu. Nouă. În siguranţă!” Comportamentul lui era excentric, firește, dar Larson era dispus să meargă până foarte departe pentru a-şi atinge scopul cu potenţial profitabil.

Într-o zi i-a spus soţiei că era pregătit. A strâns fiecare bănuţ pe care îl avea şi a plecat din Ohio la studiourile emisiunii din Los Angeles. În avion a purtat un costum gri şifonat şi apoi a purtat acelaşi costum în fiecare dimineaţă şi după-amiază, căci mergea la preselecţii de două ori pe zi şi a făcut asta câteva zile la rând, alături de alţi 50 de indivizi plini de speranţe. Energia lui optimistă i-a fermecat suficient de mult pe cei din echipa emisiunii încât să fie invitat să apară în emisiune pe 19 mai 1984.

Emisiunea a început la fel cum începea în majoritatea zilelor. Peter Tomarken, gazda amabilă a concursului, l-a întrebat pe Michael cu ce se ocupa şi a glumit că, deşi Michael probabil luase o supradoză de îngheţată în calitate de şofer pe un astfel de camion, spera ca Michael să ia şi o supradoză de bani. Atunci când a început runda de întrebări, a fost evident că Larson era altfel decât ceilalţi doi participanţi. În timp ce ei apăsau relaxat cu o singură

7 în original, whammy (n.t.)

mână pe butoanele lor roşii, Larson se folosea de ambele mâini şi lovea butonul ca un şarpe cu clopoţei. Aveau în faţa lor un individ care avea o tehnică, un bărbat care îşi planificase victoria luni de-a rândul.

Dar licitaţia lui Larson nu a început conform planificării. Prima tură s-a terminat cu o lovitură. Se pare că planşeta avusese o întârziere de o fracţiune de secundă faţă de momentul în care se apăsase butonul. Larson a fost puţin şocat, dar în scurt timp şi-a intrat în ritm şi a început să adune un munte de bani şi premii. Rick Stern, regizorul asociat al emisiunii, recunoscuse privirea hotărâtă de pe chipul lui Larson. „Am un băiat de cincisprezece ani care joacă jocuri video şi aceea este privirea de pe chipul lui atunci când se afundă în acţiune. Larson îşi căuta şabloanele şi avea mult de muncit”. Una dintre asistentele de producţie, Adrienne Pettijohn, a glumit doar pe jumătate când a spus că „tipul ăsta o să plece acasă cu întregul post”.

După fiecare rundă de succes, Larson chiuia de bucurie. Patru mii de dolari şi o rundă în plus. Cinci mii de dolari şi o rundă în plus. O vacanţă în Kauai. O mie de dolari şi o rundă în plus. O barcă. Şi tot aşa. Aflat în stânga lui, concurentul Ed Long a început să îi facă galerie, căci şi el era fermecat de parcursul uluitor al lui Larson. În dreapta lui Larson, Janie Litras devenea din ce în ce mai nervoasă cu fiecare rundă. Gândindu-se la înfrângere, două decenii mai târziu, şi-a amintit: „Nu-mi făcea plăcere. Eram din ce în ce mai nervoasă. Eu trebuia să fiu câştigătoarea”.

Pe măsură ce câştiga tot mai mult, Larson i-a ignorat pe Long şi pe Litras. Zece mii de dolari. Douăzeci de mii de dolari. La 26 de mii de dolari Tomarke a strigat: „Incredibil! Ce se întâmplă aici?”. În spatele camerelor de filmat, cei din conducerea emisiunii începuseră să intre în panică. Cu un an înainte, în timp ce planificau concursul, ei

nu luaseră în calcul probabilitatea ca un concurent întreprinzător să înveţe cele cinci şabloane prestabilite de pe planşetă. Între timp, în loc să cedeze rundele rămase, Larson mergea înainte – mai departe de 30 de mii de dolari şi apoi peste 40 de mii de dolari, iar apoi peste 44 de mii, cea mai mare valoare a câştigurilor înregistrate într-o singură zi de la debutul emisiunii. Apoi a depăşit 50, 60 şi 70 de mii de dolari – şi a trecut şi de cea mai mare valoare cumulată a câştigurilor dintr-o singură zi pentru *orice* emisiune americană de tip concurs cu participanţi-campioni care reveneau în următoarea ediţie.

Conform oricărui considerent raţional, Larson ar fi trebuit să se oprească. O lovitură i-ar fi încheiat parcursul şi l-ar fi lăsat cu fix nimic – o pierdere uriaşă de zeci de mii de dolari. Ignorând avertismentele blânde ale lui Tomarken, Larson devenise obsedat de un total magic. „Vreau să ajung la o sută!”, a strigat el la scurt timp după cea de-a treizecea rundă câştigătoare. Când a ajuns la o sută de mii de dolari panoul de scor şi-a dat peste cap semnul pentru dolar; fusese proiectat pentru cel mult 99 999$.

Şi apoi rotiţele aproape s-au desprins. Larson era la două ture de victorie când şi-a pierdut concentrarea. În loc să apese pe unul dintre pătratele sigure lumina s-a oprit pe unul periculos. Larson îi permisese luminii să meargă mai mult cu un pătrat. La prima tură acest pătrat afişase o lovitură, dar de această dată divinitatea i-a zâmbit: 750 de dolari şi încă o tură. Larson era zdruncinat, dar a continuat până la ultima tură, iar acolo a dat peste o excursie în Bahamas. Rezultatul final: câştiguri în valoare de 110 237 de dolari, sumă care încă deţine recordul pentru cât de mult a câştigat vreodată un participant într-un singur episod din orice emisiune de tip concurs cu jucători-campioni care revin în următoarele ediţii.

După recordul lui Larson, conducerea emisiunii a

revizuit felul în care funcţiona concursul, în aşa fel încât pe planşetă alternau 32 de tipare diferite în locul celor cinci iniţiale. În acelaşi timp au eliminat şi pătratele sigure – în funcţie de secvenţă, orice pătrat putea să afişeze o lovitură. Acum era aproape imposibil ca un participant să prezică unde va cădea apoi lumina şi ce va scoate la iveală.

Şi cum rămâne cu victoriosul Michael Larson? Echipa CBS a încercat să demonstreze că Larson trişase, dar adevărul este că nu făcuse nimic în neregulă. I-au plătit întreaga sumă cu mari rezerve, iar Larson s-a întors bogat în Ohio. Conform tuturor criteriilor, acesta depăşise orice scop şi-ar fi putut propune atunci când s-a îmbarcat în zborul spre Los Angeles: niciun alt participant la o emisiune-concurs nu mai câştigase la fel de mult într-o singură zi, iar el câştigase mai mult de o sută de mii de dolari. Dar la fel cum refuzase să îşi cedeze rundele în timpul emisiunii, la fel a refuzat şi să se mulţumească cu această victorie odată ajuns acasă.

Încă neliniştit, Larson a devenit dependent de un scop care i-a distrus căsnicia şi l-a lăsat fără niciun ban. Un post local de radio se oferise să ofere unui ascultător norocos 30.000 de dolari dacă trimitea bancnota de un dolar cu aceeaşi serie ca numărul aleatoriu anunţat în direct în fiecare zi. Seriile au câte opt cifre, aşa că probabilitatea de a câştiga la această loterie sunt incredibil de mici – aproximativ una la o sută de milioane. Larson a presupus greşit că era doar o chestiune de timp până când urma să câştige, dacă îşi convertea în bancnote de un dolar cei 50.000 de dolari care îi rămăseseră de la emisiune – un total de 50.000 de şanse de câştig. În fiecare zi, când cei de la radio anunţau seria câştigătoare, Larson şi Teresa stăteau ore întregi să verifice teancurile de bancnote. Teresa a ajuns să îl dispreţuiască. Era atât de concentrat pe joc încât a devenit distant şi plin de amărăciune.

Într-o noapte, cuplul a mers la o petrecere de Crăciun şi o bandă de hoţi le-a spart casă, furând câştigurile lui Larson, mai puţin 5.000 de dolari. Teresa s-a înfuriat atât de tare, încât a plecat cu cei 5.000 de dolari şi nu s-a mai văzut niciodată cu Michael. La puţin timp, el s-a mutat în Florida şi şi-a petrecut următorii 15 ani din viaţă căutând metode din ce în ce mai dubioase de a face bani. Larson a devenit un simbol tragic al dependenţilor de scopuri de oriunde: montaniarzii care refuză să se oprească din cucerirea de noi vârfuri chiar şi atunci când se confruntă cu moartea, pariori care refuză să renunţe la jocurile de noroc pe măsură ce vieţile lor se destramă şi angajaţi care refuză să plece acasă chiar dacă nu e nevoie să muncească mai mult.

Bob Beamon şi Michael Larson sunt diferiţi în atât de multe privinţe. Beamon a făcut performanţă peste aşteptări şi Larson s-a plasat consecvent sub aşteptări. Beamon este modest şi rezervat, Larson era expansiv şi naiv de sincer. Dar ambii şi-au sacrificat bunăstarea imediată pentru promisiunea succesului pe termen lung şi amândoi au fost surprinşi să afle că reuşitele ieşite din comun le-au adus foarte puţină bucurie. La fel ca blestemul care îl condamnase pe Sisif să împingă un bolovan la deal pentru eternitate, e dificil să nu ne întrebăm dacă marile scopuri ale vieţii nu sunt cumva prin însăşi natura lor şi mari surse de frustrare. Fie înduri căderea de după succes, fie înduri dezamăgirea eşecului. Toate acestea contează acum mai mult ca niciodată, pentru că există motive întemeiate să credem că trăim într-o epocă fără precedent centrată pe cultura scopului – o perioadă accentuată de perfecţionism generator de dependenţă, autoevaluare, mai mult timp petrecut la lucru şi mai puţin timp pentru joacă.

În ciuda tuturor dezavantajelor stabilirii de scopuri, obiceiul s-a răspândit în ultimele câteva decenii. Ce e cu

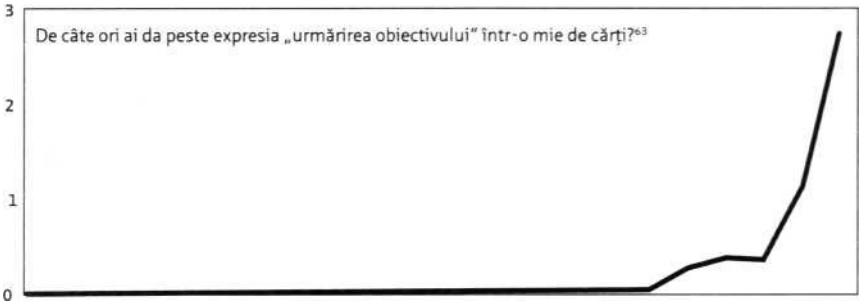
lumea de astăzi de a devenit atât de atrăgătoare fuga asta după obiective?

Obiectivele există de tot atât de mult timp de când există viaţă pe planeta noastră. Totuşi ceea ce s-a schimbat este măsura în care vieţile noastre sunt ocupate cu urmărirea scopurilor.

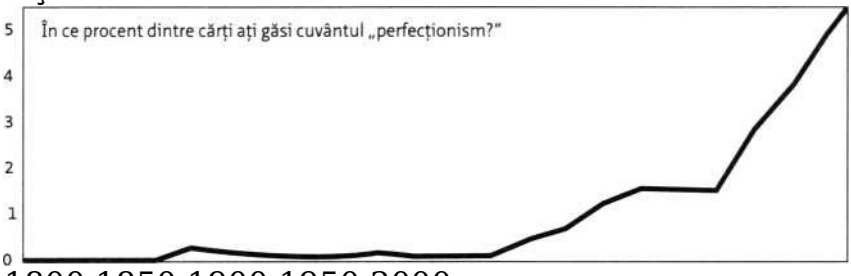
Cândva, ţelurile aveau în mare parte legătură cu supravieţuirea. Căutam mâncare şi ne împodobeam pentru parteneri atrăgători, iar aceste activităţi erau esenţiale pentru supravieţuirea speciei noastre. Obiectivele erau mai degrabă un imperativ biologic decât un lux sau o alegere. Specia noastră nu ar fi supravieţuit dacă strămoşii noştri şi-ar fi petrecut timpul urmărind obiective fără să aibă motive serioase. Când mâncarea şi energia erau limitate, individul care escalada cel mai apropiat munte de plăcere sau care alerga o sută de kilometri doar ca să vadă dacă poate, nu trăia prea mult. Astăzi, pentru majoritatea oamenilor, mâncarea şi energia sunt la discreţie şi poţi să ai o viaţă lungă şi fericită în timp ce alegi să îţi asumi greutăţi ne-necesare, precum escaladările periculoase sau ultramaratoanele. Şi, odată ce termini de urcat un munte sau de alergat într-o cursă, poţi să începi să te pregăteşti pentru următoarele, pentru că scopurile de astăzi sunt mult mai mult decât simple destinaţii; astăzi suntem chitiţi pe călătorit şi adesea se întâmplă ca atingerea propriu-zisă a scopului să devină un declin adiacent.

Există suficiente dovezi privind această ascensiune a culturii obiectivelor, dacă ştii unde să cauţi.62 Se poate vedea în folosirea mai frecventă a expresiei „goal pursuit”[8], care nu a existat în cărţile de limba engleză până în 1950:

8 Urmărire a unui obiectiv (n.t.).



Conceptul de a ne propune scop după scop – adică perfecţionism – este şi el destul de nou. Cuvântul abia dacă exista la începutul anilor 1800, dar acum pare să fie peste tot. În 1900 cuvântul apărea în doar O, 1% din fiecare carte (trebuia să citeşti mai mult de o mie de cărţi pentru a-l vedea scris o singură dată). Astăzi, aproximativ 5% dintre toate cărţile (sau 1 din 20) menţionează ideea de „perfecţionism”.



Ar putea fi vorba despre o schimbare la nivel lingvistic; poate că oamenii aveau alte cuvinte pentru „perfecţionism” şi „urmărire a unui obiectiv” în anii 1800, iar acele cuvinte au fost înlocuite acum. Dacă ar fi adevărat, v-aţi aştepta ca acele expresii să fi devenit din ce în ce mai puţin folosite de-a lungul timpului, dar niciunul dintre sinonimele din dicţionare pentru „perfecţionism” şi

„urmărire a unui scop” nu au ieşit din uz. Ba, multe dintre ele au început să fie folosite mai des – termeni ca „misiune”, „plan”, „ţintă”, „obiectiv” şi „străduinţă”.

Chiar şi în afara lumii cărţilor scopurile au devenit mai dificil de evitat. Internetul i-a expus pe oameni la scopuri despre care abia dacă ştiau că există, iar dispozitivele care se pot purta ca accesorii au făcut ca monitorizarea obiectivelor să devină lipsită de efort şi automată. Dacă mai demult trebuia să cauţi activ noi obiective, astăzi ajung la tine, adesea neinvitate, pe e-mail şi pe ecranul dispozitivului pe care lucrezi. S-ar putea să ne descurcăm chiar şi dacă am lăsa acele e-mailuri necitite ore sau chiar zile la rând, dar în detrimentul productivităţii şi bunăstării nu ne putem abţine să nu răspundem e-mailurilor noi aproape imediat ce le primim.

Cât de mult timp credeţi că rămâne necitit, în medie, un e-mail trimis pe adresa de serviciu? Eu am ghicit că zece minute. Adevărul este că rămâne doar şase secunde. În realitate 70% dintre e-mailurile trimise la birou sunt citite în şase secunde din momentul în care ajung. Şase secunde înseamnă mai puţin timp decât v-a luat să citiţi până acum acest paragraf, dar este suficient de mult pentru ca angajatul obişnuit să întrerupă orice făcea pentru a-şi deschide programul de e-mail şi să acceseze e-mailul primit. Această acţiune distrage teribil: conform unei estimări, sunt necesare 25 de minute pentru a ne adânci din nou într-o sarcină întreruptă. Dacă ar fi să deschideţi doar 25 de e-mailuri pe zi, fie şi distribuite echilibrat de-a lungul zilei, practic nu veţi atinge deloc productivitatea maximă.

Soluţia este să dezactivăm notificările pentru mesajele noi şi să verificăm rar contul de e-mail, dar cei mai mulţi oameni nu interacţionează aşa cu e-mailul. Mulţi dintre noi urmăresc obiectivul necruţător de a avea zero mesaje necitite în căsuţa electronică, ceea ce impune să

procesaţi şi să arhivaţi absolut fiecare e-mail imediat ce ajunge. Şi, aşa cum scria Chuck Klosterman în *New York Times*, e-mailurile sunt ca nişte zombi: le tot omori şi ele tot continuă să apară. Conceptul de zero mesaje explică şi de ce îşi petrec angajaţii un sfert din zilele de lucru cu gestionarea e-mailurilor şi de ce îşi verifică, în medie, conturile de 36 de ori în fiecare oră. Într-un studiu, cercetătorii au descoperit că 45% dintre participanţi asociau e-mailul cu „o pierdere a controlului”. Şi vorbim despre un mijloc de comunicare care abia dacă exista până la începutul secolului XXI.

În 2012 trei cercetători au vrut să investigheze ce se întâmplă atunci când angajaţii dintr-un birou sunt împiedicaţi să folosească e-mailul câteva zile, dar s-au chinuit să găsească voluntari. Aceştia au abordat zeci de angajaţi cu joburi de birou de la o bază militară de pe Coasta de Est, dar numai treisprezece au fost dispuşi să participe la studiu. Imensa majoritate a celor care au refuzat au explicat că nu ar fi putut suporta durerea aferentă parcurgerii a sute de e-mailuri necitite în momentul în care studiul s-ar încheia. Zero mesaje nu rămân aşa niciodată; lucrurile doar se agravează pe măsură ce te străduieşti să le ignori.

Cercetătorii i-au monitorizat pe cei treisprezece voluntari opt zile în total: trei zile în care au folosit e-mailul aşa cum o făceau de obicei şi apoi cinci zile în care s-au abţinut complet să folosească e-mailul.64 La început voluntarii s-au simţit deconectaţi de colegii lor de muncă, dar nu le-a luat mult până când să înceapă să se plimbe prin birou şi să folosească telefoanele fixe de pe birourile lor. De asemenea, au ieşit mai des din birou, petrecând de trei ori mai mult timp afară atunci când li s-a interzis să folosească e-mailurile. Se pare că e-mailul îi ţinea încătuşaţi în birouri. S-au dovedit a fi şi lucrători mai buni, comutând între sarcini de două ori mai rar şi alocând mai

mult timp fiecărei sarcini, fără să fie distraşi.

Totuşi, cel mai important aspect, erau mai sănătoşi. Atunci când îşi verificau e-mailul erau într-o stare constantă de alertă iminentă; fără e-mail au înregistrat valori mai variate ale pulsului, crescând odată cu scurtele valuri de stres, dar scăzând înapoi atunci când dispăreau stimulii stresanţi. Cu e-mailul erau mereu în stare de maximă alertă.

În afară de misiunea celor zero mesaje necitite, internetul a facilitat şi descoperirea accidentală de noi scopuri. Chiar şi cu numai 25 de ani în urmă obiectivele erau mai izolate decât sunt astăzi. Pe când aveam 7 ani, familia mea s-a mutat din Johannesburg, Africa de Sud, în Sidney, Australia. Două luni mai târziu, bunica mea a venit în vizită din Africa de Sud ca să ne ajute să ne instalăm. Ca întotdeauna, ne-a adus cadouri, iar unul dintre acele daruri a fost ediţia din 1988 a *Guinness Book of World Records*. Am desfăcut entuziasmat ambalajul şi ea m-a îndrumat spre o secţiune numită „Superlative umane”. Acolo, pe pagina din stânga, era o poză cu Robert Pershing Wadlow, cel mai înalt bărbat al tuturor timpurilor. Înălţimea maximă la care a ajuns Wadlow a fost 2, 71 m (8 picioare şi 11, 1 inci). „L-am întâlnit pe acest bărbat când a vizitat Africa de Sud”, mi-a spus bunica. „Eram o copilă, dar îmi amintesc cum stăteam lângă el în timp ce el se uita în jos şi zâmbea”. Am fost vrăjit. Am citit cartea iar şi iar. Am memorat mărimea la pantofii pe care îi purta Wadlow (37AA), greutatea celui mai gras om din lume (645 kg) şi cel mai mare număr de fulgere în urma cărora a supravieţuit un individ (şapte, suportate de un pădurar numit Roy Sullivan). Recordurile erau exotice şi îndepărtate, motiv pentru care mi sau şi părut atât de fascinante.

Astăzi recordurile şi obiectivele sunt peste tot şi oricine poate participa la acţiunea de a stabili un record –

unul dintre simptomele epocii informaţiei. Pe prima pagină a site-ului Guinness Book este un buton care invită orice vizitator să stabilească un nou record. Dacă accesezi linkul vei vedea chipurile zâmbitoare şi piepturile medaliate ale celor mai proaspeţi deţinători de recorduri. Gunnar Garford şi Adrian Butterworth au vizitat cinci continente într-o zi calendaristică. Hiroyuki Yoshida şi Sandra Smith s-au căsătorit la 130 de metri sub apă. Steve Chalke a strâns milioane de lire pentru acţiuni de binefacere participând la maratoane, mai mult decât oricine altcineva din istorie. Şi tot aşa. Nu a mai fost niciodată la fel de uşor să născoceşti un obiectiv – şi, destul de mult în defavoarea noastră, suntem seduşi de un drum complicat prin dispozitive care sunt menite să ne simplifice vieţile.

Katherine Schreiber şi Leslie Sim sunt experte în dependenţa de activităţi fizice şi ele cred că progresele tehnologice încurajează monitorizarea obsesivă a obiectivelor. bs Schreiber şi Sim urăsc dispozitivele menite să fie purtate. „Sunt cel mai rău lucru”, spune Schreiber. „Cel mai stupid lucru din lume”, spune Sim. Schreiber a scris mult despre dependenţa de exerciţii fizice, iar Sim este psiholog clinician la Clinica Mayo, specializată pe copii şi adolescenţi. Mulţi dintre pacienţii adolescenţi ai lui Sim suferă şi de tulburări de alimentaţie, şi de tulburări legate de activităţile fizice, iar cele două tind să se asocieze.

Tehnologia-*accesoriu* este un termen generic care se referă la îmbrăcăminte şi accesorii cu funcţii electronice bazate pe calculator. Site-uri ca cel al Recordurilor mondiale Guinness au făcut ca obiectivele să devină mai evidente, dar nu se compară cu dispozitivele-accesoriu. Schreiber şi Sim au criticat în mod special ceasurile şi monitoarele care le arată celor care le poartă statistici de fitness actualizate instant. Multe dintre aceste dispozitive fie stabilesc pentru voi obiective sau vă solicită să vi le

numiţi pe ale voastre. Reperul perfect este reprezentat de pragurile de paşi sau numărul de paşi pe care îi face în fiecare zi cel care poartă dispozitivul. Când îţi atingi scopul – de exemplu zece mii de paşi – dispozitivul emite un sunet drept recompensă. Am văzut cum răspund la acel sunet prietenii mei şi membri ai familiei şi e dificil să nu te gândeşti la câinele lui Pavlov.

Schreiber şi Sim recunosc amândouă că ceasurile inteligente şi dispozitivele de monitorizare a activităţii fizice probabil că i-au inspirat pe cei sedentari să înceapă să facă mişcare şi i-au încurajat pe cei care nu sunt foarte activi să facă mişcare mai consecvent. Dar în calitatea lor de experţi în dependenţă, ele erau convinse că dispozitivele sunt în acelaşi timp şi destul de periculoase. Schreiber a explicat că „faptul că te concentrezi pe numere te scindează de la a fi în armonie cu trupul tău. Activitatea fizică îşi pierde substanţa, ceea ce reprezintă «obiectivul» dependenţei”. Acest „scop” pe care ea l-a menţionat între ghilimele este un fel de inconştienţă automată, o delegare a procesului de luare a deciziilor către un dispozitiv. Recent a suferit o fractură la un picior pentru că a refuzat să îşi asculte corpul suprasolicitat şi în schimb a continuat să alerge către o ţintă oarecare impusă de antrenament. Schreiber a suferit din cauza tendinţelor spre dependenţa de activităţi fizice şi a jurat să nu mai folosească tehnologiile-accesoriu atunci când face mişcare.

Eu folosesc un ceas care îmi monitorizează activitatea atunci când alerg în aer liber şi detest să mă opresc înainte să ating un număr rotund prestabilit de kilometri. Uneori ceasul nu funcţionează, iar acele sesiuni de alergat, independente de cifre, sunt întotdeauna preferatele mele. Într-un articol din *New Yorker*, umoristul David Sedaris descria cum i-a schimbat viaţa faptul că deţine un dispozitiv Fitbit.

În timpul primelor săptămâni în care l-am avut mă

întorceam la hotel la sfârşitul zilei, iar când descopeream că făcusem, să zicem, doisprezece mii de paşi, ieşeam şi mai făceam încă trei mii.

„Dar de ce?”, mă întreba Hugh [soţul meu] atunci când îi spuneam asta. „De ce nu sunt suficienţi doisprezece mii de paşi?”

„Pentru că”, i-am spus eu, „Fitbitul meu crede că pot mai mult”.

Mă gândesc la acele vremuri şi râd – cincisprezece mii de paşi.

Ha! Asta înseamnă doar vreo unsprezece kilometri! Nu e rău dacă eşti într-o călătorie de afaceri sau dacă abia te acomodezi cu o nouă proteză de picior.

Numerele bătătoresc calea spre obsesie. „Când vorbim despre activitatea fizică, totul poate fi măsurat”, spune Sim. „Câte calorii arzi; câte ture alergi; cât de repede te mişti; câte serii faci; câţi paşi faci. Şi dacă mergi, să zicem, trei kilometri astăzi, nu vei dori să mergi mai puţin de atât. Devine oarecum compulsiv”. Mulţi dintre pacienţii lui Sim resimt această nevoie constantă să verifice. Un puşti de zece ani care a trecut prin clinica ei din Minneapolis era cunoscut pentru că era un alergător rapid şi se mândrea cu viteza lui. Cea mai mare grijă a sa era că ar putea să devină mai lent, aşa că îşi verifica tot timpul dispozitivul şi se mişca mereu. „Îşi înnebunea părinţii. Când au venit la Minneapolis pentru evaluare a ţinut treaz întregul hotel pe timpul nopţii. Au primit reclamaţii pentru că alerga prin cameră”.

Pacientul lui Sim avea în mod evident o problemă psihologică, dar de fapt cei mai mulţi oameni devin obsesivi atunci când se concentrează pe numere. „Număratul de paşi şi de calorii nu ne ajută cu adevărat să slăbim; doar ne face să fim mai compulsivi. Devenim mai puţin intuitivi în raport cu activitatea noastră fizică şi nutriţie”. Chiar dacă eşti obosit şi simţi că ai nevoie să te

odihneşti, vei continua să te plimbi sau să alergi până când ajungi la acel obiectiv definit printr-un număr arbitrar. Schreiber a fost de acord. Pentru ea, remuşcările resimţite atunci când nu face mişcare seamănă mult cu dragostea. „Atunci când nu eşti cu partenerul tău sau cu cel de care te-ai îndrăgostit, tânjeşti să fii cu acea persoană”. Morala este că e sănătos să faci obiectivele mai dificil de măsurat, dar şi că este periculos să ai dispozitive care monitorizează totul, de la puls la numărul de paşi făcuţi într-o zi.

Idila lui Schreiber cu alergarea nu este neobişnuită. În anul 2000, Marylanders Dawn şi John Strumsky au fondat USRSA (United States Running Streak Association).66 Asociaţia îi celebrează pe alergătorii care nu au ratat nicio zi de alergare ani întregi. („Alergarea” presupune să călătoreşti cel puţin doi kilometri fără ajutorul cârjelor sau al unui băţ.) Este un grup foarte priceput la încurajări, reprezentativ pentru organizaţiile de alergători concentrate pe comunitate. USRSA include un amestec divers de alergători – tineri şi bătrâni, bărbaţi şi femei, de elită şi neinteresaţi de competiţii – toţi având în comun dorinţa de a alerga în fiecare zi, fără excepţie. Asociaţia publică un raport la fiecare trei luni, care celebrează pragurile.

Aleargă 35 de ani fără oprire şi devii un Mare Maestru; 40 de ani şi devii o Legendă. Dacă ajungi la 45 de ani, te numeşti un Covert, după Mark Covert, care s-a retras în 2013, în momentul în care a devenit prima persoană care să atingă pragul de 45 de ani.

Aşa cum vă închipuiţi, mulţi dintre alergătorii din asociaţie au perseverat, în ciuda unor condiţii aproape imposibile. Atunci când Gaby Cohen a aflat cu câţiva ani în urmă că trebuia să facă o operaţie de cezariană, aceasta a căutat o baie privată în spital şi a alergat pe loc timp de douăsprezece minute. Cohen a trecut de pragul de 22 de ani în noiembrie 2014. (Seria neîntreruptă a lui Cohen este

impresionantă, dar un bărbat de 63 de ani din California, Jon Sutherland, deţine recordul american cu 46 de ani şi încă nu s-a oprit.) în 2004, când uraganul Frances a trecut de-a dreptul prin oraşul lui David Walberg, acesta a aşteptat până când s-a mai liniştit puţin vântul înainte să bifeze o alergare de doi kilometri. Seria neîntreruptă a lui Walberg a ajuns la 31 de ani. Alţi alergători fug pe holurile aeroporturilor atunci când le sunt anulate zborurile şi persevereză, în ciuda bolilor istovitoare şi a accidentărilor. Orice, pentru a menţine seria neîntreruptă.

Mai e ceva subtil la aceste serii. Pentru că impun activităţi repetate, fără pauze, devin mai valoroase pe parcursul timpului. O serie de două săptămâni nu e cine ştie ce realizare care trebuie apărată, dar chiar şi alergătorii relaxaţi se zbat să păstreze neîntrerupte seriile care au trecut de pragul de un an, alergând chiar şi cu o gleznă luxată sau răpuşi fiind de gripă. Robert Kraft, un alergător de 64 de ani din Miami a atins recent pragul de 40 de ani. Kraft se forţează, în ciuda artritei, o afecţiune dureroasă care îi afectează coloana vertebrală, şi în ciuda unui disc deplasat. Fiecare alergare este dureroasă pentru Kraft, dar nu se pune problema să rateze vreo zi. Aşa ceva e periculos şi inclusiv site-ul asociaţiei include acum un avertisment scris de fondatorul John Strumsky, care îi imploră pe membri „să se odihnească şi să se recupereze, pentru a evita rănile”. Pentru cei mai mulţi alergători asta presupune o zi de odihnă, dar pentru alergătorii în serie se referă la o zi cu alergare uşoară. Pentru mulţi oameni, cel mai mare preţ pe care îl au de plătit pentru a susţine o serie este de natură psihologică. După acumularea unei serii de 131 de zile, Michelle Fritz şi-a dat seama că seria „devenea un idol”. Nu avea timp pentru soţ şi copii, aşa că a hotărât să sară peste o zi. „Chiar m-am simţit mai bine după ce am încheiat seria”, îşi amintea ea, deşi acum are deja 100 de zile de când menţine o nouă serie

neîntreruptă. Se pare că obiectivele vechi mor greu.

Seriile dezvăluie uriaşul neajuns al concentrării pe obiective: petreci mult mai mult timp cu urmărirea scopului decât o faci cu savurarea roadelor succesului obţinut. Chiar dacă ai parte de o reuşită, succesul este de scurtă durată. Scriind pentru publicaţia *Guardian*, expertul în comportament uman Oliver Burkeman explica:

Atunci când abordezi viaţa de parcă ar fi un şir de praguri care trebuie atinse, trăieşti „într-o stare aproape continuă de eşec". Prin definiţie, aproape mereu nu eşti în locul pe care l-ai definit ca fiind întruchiparea realizării sau succesului. Şi dacă ar fi să ajungi acolo, vei descoperi că ai pierdut tocmai acel ceva care îţi oferea sentimentul unui scop – aşa că vei stabili un nou obiectiv şi o vei lua de la capăt.67

Burkeman îl cita pe Scott Adams, caricaturistul şi creatorul benzilor desenate *Dilbert*, cel care blama urmărirea scopurilor în cartea lui intitulată *How to Fail at Almost Everything and Still Win Big*\ Adams promova o alternativă: în loc să ai obiective, trăieşte-ţi viaţa în funcţie de sisteme. Un sistem este „ceva ce faci cu regularitate şi care îţi creşte şansele de a fi fericit pe termen lung". Pentru un caricaturist s-ar putea să fie desenarea unei caricaturi în fiecare zi; pentru un scriitor, scrierea a 500 de cuvinte în fiecare zi. Spre deosebire de scopuri, sistemele se asociază cu un flux mai stabil de maxime de mică intensitate. Sunt linii de orientare pentru o viaţă împlinită, zi de zi, în loc să sugereze imaginea unui scop final măreţ, fără instrucţiuni despre cum se poate ajunge la el.

Sistemele sunt la polul opus obiectivelor de tipul „adună o mie de urmăritori pe Instagram", care nu au decât rolul unor indicatori ai eşecului. Atunci când îţi atingi scopul, unul nou apare în locul lui – acum pare o ţintă potrivită să faci rost de două mii de urmăritori pe

Instagram. Poate că obiectivul definitoriu al vremurilor noastre este acumularea unei anumite sume de bani. Acea sumă este mică la început, dar creşte de-a lungul timpului. În 2014, un fost broker de pe Wall Street, Sam Polk, a publicat un editorial deschis în *New York Times* cu titlul „Pentru dragostea de bani".68 Polk explica faptul că, la început, obiectivul lui fusese modest, iar apoi a crescut în ritm alert şi repetat. „Trecusem de la a fi încântat de primul meu bonus – 40.000 de dolari – la dezamăgire când, în al doilea an petrecut la fondul de investiţii, am fost plătit cu «numai» 1, 5 milioane". Unii dintre şefii lui Polk erau miliardari, aşa că şi el îşi dorea un miliard de dolari. „Într-un birou de brokeraj toată lumea stă împreună, de la începători la directorii de top", a spus Polk. „Când tipul de lângă tine face zece milioane de dolari, atunci unul sau două milioane nu mai par aşa grozave."[9]

Polk descria principiul comparaţiei sociale. Noi comparăm constant ce avem cu ce au alţii, iar concluziile pe care le tragem depind de cine sunt acei oameni. Un bonus de 40.000 de dolari arată grozav când îţi aminteşti că unii dintre prietenii tăi câştigă 40.000 de dolari pe an; dar dacă prietenii tăi sunt brokeri de top care câştigă 40.000 de dolari pe săptămână, vei fi dezamăgit. Oamenii sunt în mod implicit creatori de aspiraţii; ne uităm mai degrabă înainte decât înapoi, aşa că, indiferent unde suntem, tindem să ne concentrăm pe cei care au mai mult. Această experienţă generează un sentiment de pierdere, sau deprivare, în raport cu acei indivizi. De aceea Polk nu era niciodată fericit; indiferent cât câştiga, întotdeauna era cineva care câştiga mai mult. Oricât de ridicol s-ar putea să sune, chiar şi miliardarii sunt săraci prin comparaţie cu multimiliardarii, aşa că şi ei simt usturimea privaţiunii

9 Carte apărută la Editura Publica cu titlul Cum să eşuezi la aproape orice şi totuşi să câştigi la scară mare, traducere din engleză de Mihai Pecingine, Bucureşti, 2014 (n.t.).

relative.

L-am întrebat pe Polk dacă experienţa lui era una obişnuită. „Cred că are o incidenţă de mai mult de 90% atunci când vine vorba despre finanţe şi cred că nu se aplică doar finanţelor”. Polk mi-a amintit de o extragere Powerball recentă care a atras milioane de participanţi care visau la un premiu colosal de 1, 6 miliarde de dolari. Polk era convins că acest scop permanent, chiar şi în rândul celor foarte bogaţi, reflecta o „lipsă de conexiune cu misiunea muncii tale în viaţă”. Nu trebuie să ţii socoteala în bani dacă eşti cu adevărat profund motivat de ceea ce faci. Obiectivele funcţionează ca substituţii care te împing înainte atunci când sistemele zilnice care îţi susţin viaţa nu te mai împlinesc. În acord cu Adams şi Burkeman, Polk mi-a spus că secretul este să găseşti ceva care îţi oferă doze mici de feedback pozitiv. El crede şi că dependenţa de bogăţie este un fenomen relativ nou. În cartea pe care a publicat-o în 1989, *Liar’s Poker*, Michael Lewis, el însuşi un fost broker, a scris că în trecut brokerii credeau că au un rol social. Ei sponsorizau proiecte importante şi se asigurau că banii circulau de unde erau spre locuri în care puteau fi mai utili. A sprijinit construcţiile de clădiri şi industria şi a generat mii de locuri de muncă. Dar acea iluzie a dispărut, spune Polk, pe măsură ce motivaţia intrinsecă s-a redus la câştigul personal. În 2010 Polk a părăsit Wall Street şi, în schimb, a ales să scrie o carte şi să pună bazele unei organizaţii alimentare non-profit numite *Groceryships*.

În cantităţi moderate, există o logică intuitivă în a stabili obiective personale, pentru că îţi spune cum să îţi cheltuieşti resursele limitate de timp şi energie. Dar astăzi scopurile vin singure peste noi, neinvitate. Fă-ţi un cont pe o reţea socială şi curând vei căuta să-ţi faci prieteni şi să primeşti Like-uri. Fă-ţi un cont de e-mail şi vei viza mereu să ai o căsuţă poştală electronică fără mesaje necitite.

Poartă un ceas pentru fitness şi vei simţi nevoia să faci în fiecare zi un anumit număr de paşi. Joacă Candy Crush şi vei simţi nevoia să îţi depăşeşti actualul scor maxim. Dacă ceea ce urmăreşti se întâmplă să fie legat de timp sau numere – participarea la un maraton, să zicem, sau compararea salariului – obiectivele se vor arăta sub forma unor nume rotunde şi a comparaţiilor sociale. S-ar putea să descoperi că vrei să alergi mai repede şi să câştigi mai mult decât alţii şi să depăşeşti anumite praguri naturale. Să termini un maraton în 4: 01 va părea un eşec, la fel şi un câştig de 99.500 de dolari. Aceste obiective se adună şi alimentează obiceiuri care dau dependenţă şi care aduc cu ele eşecuri sau, mai rău, succese repetate care generează noi şi noi scopuri ambiţioase.

Feedback

5

Săptămâna trecută am intrat într-un lift de la etajul 18 al unei clădiri înalte de birouri din New York. Acolo am dat peste o femeie tânără care privea în jos jenată, spre creştetul copilului ei de câţiva anişori, în timp ce el se uita la mine cu un zâmbet ştrengăresc pe chip. Când m-am întors să apăs pe butonul pentru parter am văzut că toate butoanele fuseseră deja apăsate. Copiii iubesc să apese pe butoane, dar apasă pe *toate* doar atunci când butoanele se aprind. Oamenii au tendinţa să înveţe de la o vârstă fragedă, iar învăţarea presupune să primeşti cât mai multfeedback posibil din partea mediului înconjurător din imediata apropiere. Puştiul cu care eram în lift râdea, pentru că obţinerea unei reacţii – sub forma luminilor, a sunetelor sau a oricărei schimbări în starea lumii – este ceva extrem de plăcut.

Noi nu încetăm să căutăm să obţinem reacţii atunci când devenim adulţi. În 2012, o agenţie de publicitate din Belgia a conceput o campanie outdoor care s-a propagat rapid şi în mediul Online.6? Agenţia, Duval Guillaume

Modern, încerca să convingă publicul belgian că postul TV TNT avea în grilă emisiuni care erau pline de aventură. Producătorii campaniei au amplasat un buton mare şi roşu pe un piedestal, într-o piaţă liniştită dintr-un oraş amorţit din Flandra. O săgeată uriaşă atârna deasupra butonului cu o singură instrucţiune: *Apasă pentru un plus de acţiune*. Campania a funcţionat de minune, pentru că butoanele, chiar şi cele din pieţe flamande liniştite, imploră să fie apăsate. (Semnul a fost un detaliu drăguţ, dar nu şi necesar – pe măsură ce creşte curiozitatea, în cele din urmă oamenii vor apăsa pe un buton misterios chiar dacă nu este etichetat.) Câţiva adulţi au privit timid butonul înainte ca alte suflete mai curajoase să facă următorul pas şi să apese. Se poate vedea sclipirea din ochii fiecăruia pe măsură ce se apropie de buton – aceeaşi sclipire care fusese şi în ochii puştiului din liftul meu, chiar înainte ca mâna lui mică să înceapă să se plimbe peste tot panoul cu butoane. (Videoclipul de pe YouTube cu reclama are mai mult de 50 de milioane de accesări. Aşa cum promisese săgeata, reacţiilor nu le-a lipsit dramatismul, aducând în prim-plan medici de pe ambulanţă bulversaţi, o bătaie, o femeie îmbrăcată în costum de baie călare pe o motocicletă şi o ceartă zgomotoasă.)

Butonul din Flandra promitea o recompensă, dar oamenii vor apăsa şi pe butoane care nu le promit nimic. Aşa s-a întâmplat când cei de la Reddit au făcut o farsă de 1 aprilie în 20157° Reddit, care şi-a sărbătorit cea de-a zecea aniversare în 2015, este în prezent al 30-lea cel mai accesat site de pe internet şi se bucură de mai mult trafic decât Pinterest şi mai puţin decât Instagram. Găzduieşte o colecţie pestriţă de pagini dedicate ştirilor, divertismentului şi reţelelor sociale. Utilizatorii apreciază unele postări apăsând pe săgeata care indică în sus şi pe altele le penalizează prin apăsarea săgeţii cu vârful în jos. Fiecare postare are un scor dinamic care scade şi creşte

pe măsură ce utilizatorii îi acordă aceste voturi pozitive şi negative[10]. Ca să vă daţi seama cam cât de haios e Reddit în abordare, aflaţi că una dintre postările care a primit vreodată cele mai multe voturi pozitive are titlul „Waterboardingul în Golful Guantánamo sună dementţial, dacă nu ştii ce înseamnă niciunul, nici celălalt”. Pe 1 aprilie 2015 Reddit le-a făcut o farsă celor 35 de milioane de utilizatori înregistraţi pe care îi avea. Unul dintre administratorii site-ului a prezentat farsa printr-un anunţ publicat pe blogul Reddit:

butonul

Publicat de administratorii reddit la 9: 00 e o points ŞI

Etichete: activează, susţine, micşorează, efectuează, apasă, strânge reddit.

Când acest articol va fi fost publicat de 10 minute, pe pagina /r/thebutton se vor activa un buton şi un cronometru. Cronometru! va începe de la 60 de secunde şi va contoriza descendent până la zero. Dacă se va apăsa butonul, cronometrul o va lua de la început, de la 60, şi va continua să scadă. Doar utilizatorii autentificaţi pe conturi făcuteânainte de 01.04.2015 pot apăsa butonul.

Aveţi voie să apăsaţi pe buton o singură dată.

De aici încolo nu vă mai putem spune ce să faceţi. Alegerea vă aparţine.

---

10 în original upvote şi downvote (n.t.).

Mecanismul după care funcţiona butonul era simplu: un contor poziţionat lângă buton descreştea de la 60 la o. De fiecare dată când un utilizator apăsa pe buton contorul revenea la 6o de secunde şi începea din nou să scadă. Utilizatorii puteau să apese pe buton o singură dată, aşa că, în cele din urmă, contorul tot urma să ajungă la zero. (Chiar dacă fiecare dintre utilizatorii Reddit ar fi apăsat pe buton exact înainte ca acel cronometru să ajungă la zero, contorul ar fi ajuns până la urmă la zero după 60 de ani.)

La început o mulţime de utilizatori au intrat pe pagină şi, aproape fără excepţie, au apăsat pe buton la puţin timp după

vizitaţi /r/thebutton ce s-au scurs cele bo de secunde iniţiale. Aceşti utilizatori au primit o mică insignă mov, lângă numele lor de utilizator, alături de un număr care arăta câte secunde rămăseseră până la zero în momentul în care apăsaseră pe buton. Utilizatorii care erau uşor de mulţumit aveau embleme mov cu „59 de secunde” – un număr care sugera că utilizatorul era nerăbdător. Butonul nu părea să facă mare lucru, cu excepţia faptului că făcea ca insigna să devină mov, aşa că nu era clar de ce unii dintre utilizatori stăteau treji toată noaptea, aşteptând o valoare mai mică a contorului. Atât de mare era atracţia butonului – la fel ca butoanele din lifturi pentru copii – încât erau dispuşi să renunţe la somn pentru şansa de a apăsa pe buton la un număr mic.

Interesul faţă de campanie a crescut rapid. Utilizatorii care încă nu apăsaseră pe buton aveau embleme gri şi mulţi dintre ei îi sfătuiau pe alţi utilizatori cu insigne gri ca ei să intre în tabăra „Nu apăsa!”. Aceştia se gândeau că, dacă suficient de mulţi oameni refuzau să apese pe buton, contorul va ajunge la zero mai repede, iar rezultatul campaniei se va dezvălui mai rapid. Dar sute de mii de utilizatori nu puteau să se abţină să nu apese, iar contorul scădea foarte încet. Pe 2 aprilie cronometrul ajunsese prima dată la 50 de secunde, iar utilizatorul care a apăsat pe buton a primit o insignă albastră. Toţi utilizatorii care au apăsat pe buton când contorul ajungea sub 51 de secunde au primit o emblemă albastră, nu mov. Utilizatorii au învăţat rapid că recompensa pentru apăsarea butonului cu fiecare zece secunde mai târziu înseamnă o altă culoare pentru insignă – poate că nu era o recompensă uriaşă, dar utilizatorii s-au adunat în tabere în funcţie de culoarea insignelor, iar cei care apăsaseră mai târziu îşi purtau emblemele cu mare mândrie. Iată o listă completă cu intervalul în care contorul a reuşit să ajungă la fiecare culoare de insignă şi cât de mulţi utilizatori au

obţinut-o pe fiecare:

Culoarea insignei	Intervalul care activa insigna	Procentul celor încare seobţinut această insignă	Când a fost câştigată insigna prima dată
Mov	52 – 60 secunde	58	1 aprilie
Albastru	42 – 51 secunde	18	2 aprilie
Verde	32 – 41 secunde	8	4 aprilie
Galben	22 – 31 secunde	6	10 aprilie
Portocaliu	12 – 21 secunde	4	18 aprilie
Roşu	Sub 11 secunde	6	24 aprilie
Mov (din nou)	Ultimul care a apăsat	Un utilizator: *BigGoron*	18 mai

Pe măsură ce se dezvăluiau culorile, un utilizator Reddit cu numele Goombac a realizat imagini reprezentative pentru fiecare tabără şi le-a botezat cu nume ca Ilămâiaţii (pentru galben, desigur), Consiliul de Smarald şi Pazaroşie[1112]. La 48 de zile după ce începuse farsa, butonul era apăsat pentru ultima dată de BigGoron. După ce a apăsat el, contorul a ajuns la zero. Reddit l-a preaslăvit pe Mesiapăsătorul”, iar utilizatorii l-au bombardat cu întrebări. Cum de el aşteptase când atât de

11 în original „The Illemonati", „The Emerald Council" şi „The Redguard" (n.t.).

12 în original „Pressiah" – joc de cuvinte între press („a apăsa [butonul]") şi Messiah (Mesia) (n.t.).

mulţi alţii dinaintea lui eşuaseră? (El observase că acel cronometru ajunsese la o secundă de mai multe ori, aşa că a început să urmărească şi să aştepte.) Ce urmează? („Eu susţin pacea – vă rog să lăsaţi să se încheie cruciadele.”) în cele din urmă, când contorul a ajuns la zero, nu s-a întâmplat nimic. Utilizatorii se împărţiseră în tabere în funcţie de culoare, îşi găsiseră Mesiapăsătorul şi apoi s-au întors încet la vieţile lor, pe măsură ce taberele s-au dizolvat.

Dacă toate acestea vi se par frivole, aşa ar şi trebui – iată milioane de oameni legaţi de soarta unui buton care nu făcea nimic. Forţa feedbackului este atât de mare încât oamenii vor sta online săptămâni la rând, aşteptând să afle ce se va întâmpla dacă se abţin timp de 60 de secunde să nu apese pe un buton virtual.

În 1971, psihologul Michael Zeiler se afla în laboratorul său, faţă în faţă cu trei porumbei flămânzi din rasa White Cameaux.71 Păsările păreau să fie mai degrabă turturele albe elegante decât banali porumbei gri, care mâncau bine şi învăţau repede. La acel moment, mulţi psihologi încercau să înţeleagă cum reacţionează animalele la diferite forme de feedback. Cea mai mare parte a lucrărilor se concentra pe şoricei şi porumbei, pentru că aceştia erau mai puţin complicaţi şi mai răbdători decât oamenii, însă programul de cercetare era amplu. Putea comportamentul animalelor inferioare să le arate guvernelor cum ar putea să încurajeze acte caritabile şi să descurajeze infracţiunile? Puteau antreprenorii să îi ajute pe muncitorii suprasolicitaţi din producţie să descopere noi semnificaţii în spatele muncii lor? Puteau părinţii să înveţe cum să modeleze copii perfecţi?

Înainte să poată schimba lumea, Zeiler trebuia să îşi dea seama care era cea mai bună cale de administrare a recompenselor. Una dintre opţiuni era să recompenseze fiecare comportament dezirabil, la fel cum unii dintre

muncitorii din fabrici simt recompensaţi pentru fiecare componentă pe care o asamblează. O altă variantă era să premieze aceleaşi comportamente dezirabile, dar în mod imprevizibil, în aşa fel încât să aducă puţin din suspansul care îi face pe oameni să cumpere bilete la loterie. Porumbeii fuseseră crescuţi în laborator, aşa că ştiau cum funcţionează lucrurile. Fiecare se îndrepta spre un mic buton şi îl apăsa insistent cu ciocul, sperând că va elibera o porţie de granule Purina. Porumbeilor le era foame, aşa că granulele erau ca mana cerească. În timpul anumitor probe, Zeiler programa butonul în aşa fel încât să elibereze mâncare de fiecare dată când porumbeii dădeau cu ciocul; în timpul altora a programat butonul de aşa natură încât să ofere mâncarea doar uneori. Aşa că uneori porumbeii dădeau cu ciocul degeaba, butonul se aprindea, dar ei nu se alegeau cu nimic – doar cu o doză de frustrare.

Când am aflat prima dată de cercetarea lui Zeiler, m-am gândit că cel mai bine va funcţiona programul consecvent. Dacă butonul nu prezice în mod exact sosirea mâncării, atunci motivaţia porumbelului pentru a apăsa cu ciocul ar trebui să scadă, la fel cum şi motivaţia unui muncitor dintr-o fabrică s-ar diminua dacă ar fi plătit numai pentru o parte din componentele pe care le asamblează. Dar nu a fost deloc aşa. Asemenea unor mici pariori înaripaţi, porumbeii dădeau cu ciocul în buton cu mai multă îndârjire atunci când primeau mâncarea în doar 50 – 70% din timp. (Atunci când Zeiler programa butonul să ofere mâncare doar o dată la zece apăsări, porumbeii dezamăgiţi nu mai reacţionau deloc.) Rezultatele nici măcar nu se comparau: porumbeii loveau aproape de două ori mai frecvent atunci când recompensa nu era garantată. Creierele lor, aşa cum s-a dovedit în cele din urmă, eliberau mult mai multă dopamină atunci când recompensa era neaşteptată decât atunci când era previzibilă. Zeiler documentase un aspect important

referitor la feedbackul pozitiv: mai puţin înseamnă adesea mai mult. Porumbeii lui erau atraşi de misterul feedbackului mixt, la fel cum şi oamenii sunt atraşi de incertitudinea jocurilor de noroc.

La 37 de ani după ce Zeiler şi-a publicat rezultatele, o echipă de programatori angajaţi la Facebook se pregătea să dezlănţuie un experiment similar despre feedback, experiment făcut pe milioane de oameni. Facebook are puterea să facă experimente pe oameni la o scară fără precedent. Site-ul avea deja la momentul respectiv 200 de milioane de utilizatori – număr care urma să se tripleze pe parcursul următorilor trei ani. Experimentul s-a întruchipat într-o funcţie nouă, înşelător de simplă – butonul de „like”. Oricine a folosit Facebook ştie cum funcţionează butonul: în loc să te întrebi ce cred alţii despre pozele şi actualizările pe care le postezi, primeşti feedback în timp real pe măsură ce aceştia apasă (sau nu) pe micul buton cu opozabilul ridicat, colorat în albastru şi alb şi poziţionat sub orice postare. (De atunci Facebook a adăugat şi alte butoane de feedback, aşa că puteţi să comunicaţi şi emoţii mai complexe decât simpla apreciere.)

Ar fi dificil de exagerat cât de mult a schimbat butonul de „like” psihologia utilizării Facebook? 2 Ceea ce începuse ca o modalitate pasivă de a rămâne la curent cu vieţile prietenilor era acum ceva profund interactiv şi cu exact acel tip de feedback imprevizibil care îi motivase pe porumbeii lui Zeiler. Utilizatorii jucau la noroc de fiecare dată când distribuiau o poză, un link sau o actualizare a stării. O postare cu zero aprecieri nu era dureroasă doar la nivel personal, ci şi un fel de oprobriu public: fie nu aveai suficient de mulţi prieteni Online sau, mai rău, prietenii tăi online nu fuseseră impresionaţi. La fel ca porumbeii, suntem mai motivaţi să căutăm feedback atunci când nu este garantat. Facebook a fost primul vector important din lumea reţelelor sociale care a adăugat butonul de „like”,

dar celelalte site-uri au şi ele acum funcţii similare. Poţi aprecia şi da mai departe tweeturi pe Twitter, fotografii pe Instagram, postări pe Google +, editoriale pe Linkedin şi videoclipuri pe YouTube.

Acţiunea de apreciere a devenit astfel subiectul dezbaterilor referitoare la etichetă. Ce însemna să te abţii de la a da „like” la postarea unui prieten? Dacă apreciai fiecare a treia postare însemna asta în mod implicit că erai împotriva celorlalte? Aprecierile au devenit o formă de bază de sprijin social – echivalentul online pentru a râde la gluma unui prieten în public. Aprecierile au devenit atât de valoroase încât au dus la apariţia unui start-up numit *Lovematically*. Fondatorul aplicaţiei, Rameet Chawla, a publicat această introducere pe prima pagină a site-ului său; 73

Este cocaina generaţiei noastre. Oamenii sunt dependenţi. Trecem prin sevraj. Suntem atât de motivaţi de acest drog, încât să obţinem fie şi o singură doză implică reacţii cu adevărat bizare.

Vorbesc despre „like”-uri.

S-au transformat pe nesimţite în primul drog digital care ne domină cultura.

Lovematically a fost concepută să aprecieze fiecare imagine care apărea în fluxul de noutăţi al utilizatorilor. Dacă aprecierile erau cocaina digitală, atunci utilizatorii aplicaţiei Lovematically forţau pe piaţă drogul cu o reducere substanţială – gratis. Nici măcar nu mai era necesar să îi impresioneze; orice postare veche era suficient de bună pentru un „like”. La început, timp de trei luni experimentale, Chawla a fost singurul utilizator al aplicaţiei. În acea perioadă el a apreciat automat fiecare postare din fluxul său de noutăţi şi, pe lângă faptul că s-a bucurat de căldura firească pe care o primesc cei care împart bună dispoziţie, a descoperit şi că oamenii răspundeau cu reciprocitate. Îi apreciau mai multe dintre

fotografii şi atrăgea, în medie, 30 de noi urmăritori în fiecare zi, ceea ce a dus la un cuantum de aproape 3.000 în acea perioadă de probă. De Valentine's Day în 2014 Chawla a permis unui număr de 5.000 de utilizatori de Instagram să instaleze o versiune beta[13] a aplicaţiei. După doar două ore Instagram a blocat Lovematically, pentru că nu respectase condiţiile de utilizare ale reţelei.

„Ştiam cu mult înainte să o lansez că va fi închisă de Instagram", a spus Chawla. „Ştii, folosind terminologia drogurilor, Instagram e dealer şi eu sunt tipul nou pe piaţă care oferă drogul gratis". Totuşi Chawla a fost surprins că s-a întâmplat atât de repede. Sperase la cel puţin o săptămână de funcţionare, dar Instagram a reacţionat imediat.

Când m-am mutat în 2004 în Statele Unite pentru şcoala postdoctorală, divertismentul online era limitat. Acestea erau vremurile de dinaintea platformelor Instagram, Twitter şi YouTube, iar Facebook era folosit doar de studenţii de la Harvard. Eu aveam un telefon Nokia ieftin care era indestructibil, dar primitiv, aşa că accesul la internet era legat de camera mea de cămin. Într-o seară, după serviciu, am dat peste un joc care se numea Sign of the Zodiac (pe scurt, *Zodiac*) şi care solicita foarte puţină energie cognitivă74 Zodiac era un joc online simplu, care semăna foarte mult cu jocurile de pe aparatele electronice cu fise din cazinouri: tu hotărai cât de mult să pariezi şi apoi apăsai leneş pe un buton, iar şi iar, uitându-te cum aparatul scuipă victorii şi înfrângeri. La început jucam ca să mă deconectez de stresul zilelor lungi, pline de prea mult efort de gândire, dar m-a prins repede sunetul scurt care urma după fiecare câştig mic, alături de melodia mai lungă de după fiecare câştig mai consistent. În cele din urmă, imagini din joc aveau să mă distragă în

13 0 versiune apropiată de stadiul final, dar încă în lucru şi riguros verificată (n.a.).

timpul zilei. Îmi imaginam cinci scorpioni roz care se aliniau pentru cel mai mare pot al jocului, după care urma cântecul victoriei, pe care mi-l amintesc şi astăzi. Aveam o dependenţă comportamentală minoră şi acestea erau componentele mahmurelii senzoriale cauzate de feedbackul aleatoriu, imprevizibil, aferent fiecărui câştig.

Dependenţa mea de Zodiac nu era neobişnuită. Natasha Dow Schiill, antropolog cultural, a studiat treisprezece ani pariorii şi aparatele care îi captivează. Următoarele descrieri ale automatelor de jocuri de noroc aparţin unor experţi în jocuri de noroc şi unor dependenţi actuali şi foşti:

Aparatele sunt cocaina jocurilor de noroc.

Sunt morfină electronică.

Reprezintă cea mai virulentă rădăcină a pariurilor din istoria omenirii.

Aparatele cu fise sunt cel mai sofisticat dispozitiv de consumare a dependenţei.

Acestea sunt descrieri hiperbolizate, dar surprind cu câtă uşurinţă sunt cuprinşi oamenii de febra jocurilor de noroc electronice. Eu pot să înţeleg, pentru că am devenit dependent de un joc de noroc de acest fel, care nici măcar nu presupunea bani adevăraţi. Sunetul-recompensă al unui câştig după tăcerea câtorva pierderi era suficient pentru mine.

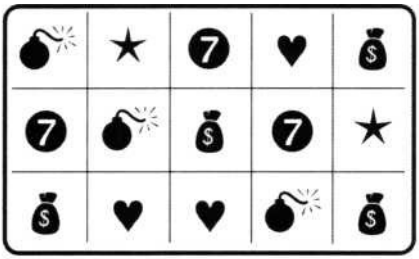
În Statele Unite, băncile nu au voie să umble cu profiturile din jocuri de noroc online, ceea ce face ca pariurile online să fie practic ilegale. Foarte puţine companii sunt dispuse să se lupte cu sistemul, iar cele care fac asta sunt rapid învinse. Sună ca şi cum ar fi un lucru bun, dar jocuri gratuite şi legale ca Sign of the Zodiac sunt şi ele periculoase. În cazinouri, lucrurile sunt de aşa natură încât să nu fie deloc în favoarea jucătorului; în medie, casa trebuie să iasă în câştig. Dar casa nu trebuie să iasă pe plus într-un joc fără bani. Aşa cum mi-a spus

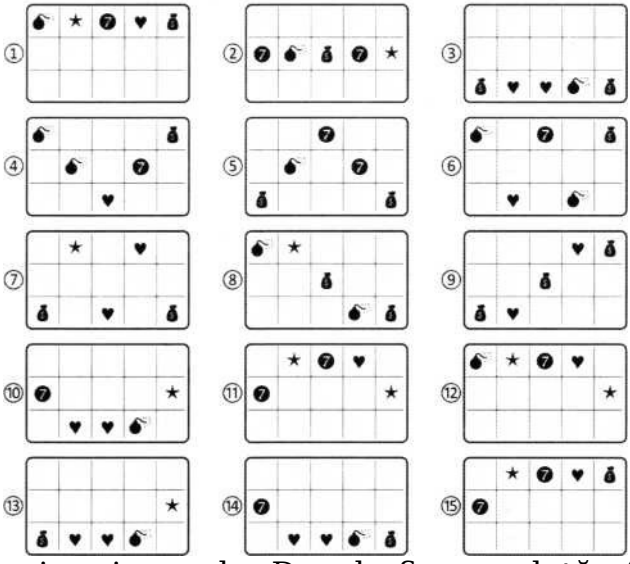
David Goldhill, CE-O al postului TV Game Show, care face şi multe dintre jocurile online: „Pentru că nu suntem restricţionaţi de obligaţia de a plăti câştiguri reale, putem oferi 120 de dolari pentru fiecare sută pariată. Niciun cazinou fizic nu ar putea să facă aşa ceva mai mult de o săptămână fără să dea faliment”. Aşadar, jocul poate continua la nesfârşit, pentru că jucătorul nu rămâne niciodată fără fise. Eu am jucat Sign of the Zodiac patru ani şi rareori a trebuit să încep un joc nou. Câştigam cam în 95% din timp. Jocul se termina doar atunci când trebuia să mănânc, să dorm sau să merg la cursuri dimineaţa. Şi uneori nu se termina nici atunci.

Spre deosebire de jocurile gratuite, cazinourile câştigă în majoritatea timpului – dar au o modalitate abilă prin care îi conving pe pariori că rezultatele sunt invers. Primele aparate cu fise erau dispozitive incredibil de simple: jucătorul trăgea de braţul aparatului (de aici şi expresia „hoţ cu o singură mână”) pentru a pune în mişcare cele trei rotiţe mecanice. Dacă centrul rotiţelor afişa două sau mai multe imagini cu acelaşi simbol în momentul în care se opreau din învârtit, jucătorul câştiga un anumit număr de monede sau o anumită cantitate de credit. Astăzi, jocurile de noroc electronice le permit pariorilor să joace la mai multe linii, în unele cazuri până la câteva sute în acelaşi timp. De exemplu, aparatul de mai jos vă permite să jucaţi cincisprezece linii: [14]

14 în original one-armed bandit (n.t.).

Să zicem că aparatul are un tarif de zece cenţi pe tură. Dacă vă hotărâţi să jucaţi la toate cele cincisprezece linii, fiecare tură vă va costa 1,50 dolari. Practic jucaţi cincisprezece ture deodată în loc să lungiţi experienţa jucând câte o tură de cincisprezece ori. Cazinourile se bucură foarte mult pentru voi când jucaţi în acest fel: dacă e să vă învingă, o vor face de cincisprezece





ori mai repede. Dar de fiecare dată când jucaţi aveţi de cincisprezece ori mai multe şanse să câştigaţi la cel puţin o linie, iar aparatul va sărbători cu voi, prin aprinderea aceloraşi lumini puternice şi redarea aceloraşi melodii uşor de reţinut. Acum imaginaţi-vă că jucaţi la toate cele cincisprezece linii, ceea ce vă costă 1, 50 dolari, şi una dintre liniile voastre afişează două bombe la rând, aşa cum este mai sus, la poziţia patru. Dacă două bombe înseamnă un câştig de zece credite, atunci primiţi 1 dolar. Nu e rău – până când vă daţi seama că efectul net al acelei ture înseamnă o pierdere de 50 de cenţi (câştigul de 1 dolar minus costul de 1, 50 dolari). Şi totuşi vă bucuraţi de

feedbackul pozitiv aferent unei victorii – un tip de câştig pe care Schiill şi alţi experţi în jocuri de noroc îl numesc „pierdere deghizată în câştig”.

Psihologul Mike Dixon a analizat aceste pierderi deghizate? 6 Alături de câţiva colegi, s-a concentrat pe un joc numit Lucky Larry’s Lobstermania (pe care l-am găsit online şi l-am jucat trei ore în timp ce eu trebuia să lucrez de fapt la această carte – am fost norocos că legislaţia americană m-a obligat să joc versiunea gratuită). Lobstermania le permite jucătorilor să joace până la cincisprezece linii simultan. Jocul se bazează pe cinci rotiţe, fiecare dintre ele cu câte trei simboluri vizibile, în total fiind posibile mai mult de 259 de milioane de rezultate posibile. Dixon şi echipa lui au calculat că pariorii sunt mai predispuşi să obţină o pierdere deghizată într-un câştig decât un câştig propriu-zis de fiecare dată când joacă la şase linii sau la mai multe pe tură.

Pierderile deghizate în câştiguri sunt importante doar pentru că jucătorii nu le privesc ca pierderi – ei le etichetează drept câştiguri. Dixon şi echipa lui au conectat la electrozi un grup de pariori puţin experimentaţi şi i-au urmărit în timp ce jucau Lobstermania. Le-a dat tuturor câte 10 dolari şi le-a spus că puteau să câştige până la 30 de dolari. Au jucat jumătate de oră şi au pariat, în medie, pe 138 de ture. După fiecare tură un aparat înregistra schimbări minuscule, cum ar fi cât de mult transpirau participanţii – un semnal care demonstra că evenimentul era semnificativ din punct de vedere emoţional. Lobstermania, asemenea multor jocuri de noroc moderne, este plin de semnale de încurajare. Pe fundal, cântecul antrenant al celor de la B-52, „Rock Lobster”, se aude iar şi iar la fiecare tură. Este înlocuit de linişte deplină după turele cu pierderi şi versiuni mai zgomotoase şi mai animate ale cântecului după victorii. Luminile strălucesc intermitent şi clopoţeii sună la fel indiferent dacă tura se

încheie cu un câştig autentic sau cu o pierdere deghizată în câştig. Participanţii transpirau mai mult atunci când câştigau decât atunci când pierdeau – dar transpirau la fel de mult când pierderile erau deghizate în câştiguri ca atunci când câştigurile erau autentice. Aceasta este ceea ce face ca jocurile de noroc moderne – şi cazinourile moderne – să fie atât de periculoase. La fel ca puştiul care apăsase pe fiecare buton din liftul meu, adulţii nu depăşesc faza în care se entuziasmează în faţa luminilor şi sunetelor atrăgătoare. Dacă propriile noastre creiere sunt convinse că am câştigat chiar şi atunci când de fapt pierdem, cum am putea să ne adunăm şi să ne concentrăm ca să ne abţinem să mai jucăm?

După o serie de pierderi, chiar şi cei mai înfocaţi jucători încep să îşi piardă interesul, unii mai rapid decât alţii. Aceasta este o mare problemă pentru cazinouri, care îşi propun să îşi ţină jucătorii în faţa aparatelor cât de mult timp se poate. Ar fi mai uşor să se schimbe probabilitatea de câştig, în aşa fel încât jucătorii să aibă şanse de câştig din ce în ce mai mari după o serie de pierderi, dar, din păcate pentru cazinouri, aşa ceva este ilegal în Statele Unite. Probabilitatea de câştig trebuie să rămână constantă la fiecare tură, indiferent de rezultatele anterioare. Natasha Dow Schiill mi-a povestit cum au găsit cazinourile câteva soluţii creative. „Multe cazinouri folosesc «ambasadori ai norocului». Simt că te apropii de punctul critic – momentul în care te pregăteşti să pleci din cazinou – şi trimit pe cineva să îţi ofere un bonus”. Aceste bonusuri înseamnă fie bonuri de masă, fie o băutură gratuită sau chiar bani cash ori credite pentru pariuri. Bonusurile sunt clasificate ca fiind mai degrabă tehnici de „marketing” decât o modalitate de a schimba probabilitatea de câştig, aşa că organismele de reglementare se fac şi ele că nu văd. După o nouă repriză de încurajări, jucătorii aveau tendinţa să înceapă să joace

din nou, până când ajungeau la un nou punct critic după o serie de pierderi.

Totuşi este costisitor să ţii pe poziţii zeci de ambasadori ai norocului, asta ca să nu mai vorbim despre costul unei echipe de analişti care să-i identifice pe jucătorii frustraţi. John Acres, un bărbat care lucrează pe post de consultant pentru cazinouri, a propus o soluţie creativă care se sustrăgea legilor din domeniu. Schiill mi-a explicat tehnica lui Acres. „Pe măsură ce joci, o mică parte din ceea ce pierzi se adună într-un pot, considerat potul bonus de marketing. Un algoritm din interiorul aparatului îţi depistează punctele critice şi ştie din timp care va fi următorul rezultat”. În mod normal, algoritmul asistă pasiv şi lasă aparatul să afişeze un rezultat aleatoriu. Totuşi acesta intervine în momentul în care un jucător ajunge într-un punct critic. „Dacă aparatul vede că, of, rezultatul ăla o să fie nasol”, a spus Schiill, „în loc să afişeze linie, linie, cireaşă, face *ding* şi împinge cea de-a treia rotiţă în aşa fel încât să afişeze linie – un rezultat de câştig obţinut din trei linii”. Acele câştiguri sunt luate din „potul bonus de marketing”, care s-a tot mărit în timp ce jucătorul a tot pierdut. În loc să se bazeze pe un ambasador uman al norocului, aparatul joacă el însuşi acel rol. Schiill a observat numeroase tactici pline de viclenie de când analizează cazinourile, dar pe aceasta o numeşte „şocantă”. Când l-a întrebat pe Acres cum nu ar fi aceasta o „încălcare totală a legislaţiei în vigoare menite să îi protejeze pe oameni tocmai de aşa ceva”, el i-a răspuns: „Ei bine, legile sunt făcute pentru a fi încălcate”.

Succesul aparatelor cu jocuri de noroc electronice se măsoară prin „timp petrecut la dispozitiv”. Cu cât stă mai mult jucătorul obişnuit în faţa aparatului, cu atât e mai bun aparatul. Din moment ce majoritatea jucătorilor pierd mai mulţi bani cu cât joacă mai mult, timpul petrecut la dispozitiv este o aproximare utilă a profitabilităţii.

Creatorii de jocuri video folosesc o unitate de măsură similară care surprinde cât de interactive şi plăcute sunt jocurile lor. Diferenţa dintre cazinouri şi jocuri video este că mulţi designeri sunt mai preocupaţi să-şi facă jocurile distractive decât să facă grămezi de bani. Bennett Foddy, care predă design de jocuri la Centrul pentru jocuri de la Universitatea din New York a creat o serie de jocuri de succes, dar fiecare s-a născut mai degrabă din pasiune decât cu misiunea de a aduce bani77 Toate sunt disponibile pe site-ul lui, foddy. net, şi, în afara faptului că atrag venituri limitate din publicitate, nu sunt o sursă de venituri semnificativă, în ciuda faptului că unele au ajuns la rang de cult.

„Jocurile video sunt guvernate de reguli microscopice", spune Foddy. „Atunci când cursorul ajunge deasupra unei anumite zone, va apărea un text sau se va auzi un sunet. Designerii folosesc acest fel de micro-feedback pentru a-i menţine pe jucători mai implicaţi şi mai prinşi de microb". Un joc trebuie să se supună acestor reguli microscopice, pentru că este foarte probabil ca jucătorii să renunţe la un joc care nu oferă o doză stabilă de mici recompense cu semnificaţie, date fiind regulile jocului.

Acele recompense pot fi la fel de subtile ca un *ding* sau o lumină albă de fiecare dată când un personaj se mişcă într-o anumită zonă. „Aceste elemente de micro-feedback trebuie să apară aproape imediat după acţiune, pentru că, dacă există o asociere strânsă în timp între momentul în care acţionez şi cel în care se întâmplă ceva, atunci voi crede că eu am provocat acel ceva". La fel ca puştii care apasă pe butoanele din lifturi pentru a le vedea cum se aprind, jucătorii sunt motivaţi de sentimentul că au un efect asupra lumii. Elimină asta şi îi vei pierde.

Jocul Candy Crush Saga este un exemplu de excepţie.78 La apogeu, în 2013, jocul genera venituri mai

mari de 600.000 de dolari în fiecare zi. Până în prezent, creatorul său, King, a câştigat în jur de două miliarde şi jumătate de dolari din joc. Undeva între jumătate de miliard şi un miliard de oameni şi-au instalat pe telefoanele mobile Candy Crush Saga, fie că l-au descărcat, fie că l-au accesat pe Facebook. Cei mai mulţi dintre jucători sunt femei, ceea ce este neobişnuit pentru un astfel de succes fulminant. Este dificil de înţeles succesul uriaş al jocului atunci când vezi cât de simplu e. Jucătorii au ca obiectiv formarea de linii din câte trei sau mai multe bomboane de acelaşi fel prin mutarea lor la stânga, la dreapta, sus şi jos. Bomboanele sunt „strivite" – dispar – în momentul în care se formează aceste linii omogene, iar bomboanele de deasupra lor cad şi le iau locul. Jocul se termină când ecranul se umple cu bomboane care nu mai pot fi aranjate. Foddy mi-a spus că nu regulile au făcut ca jocul să fie un succes – ci *efectele speciale*.

Efectele speciale se referă la nivelul superficial de feedback, aflat peste regulile jocului. Nu este esenţial pentru joc, dar este esenţial pentru succesul jocului. Fără efecte speciale, acelaşi joc îşi pierde farmecul. Gândiţi-vă că bomboanele ar fi înlocuite de cărămizi gri şi nu ar mai exista niciuna dintre imaginile şi niciunul dintre sunetele care fac jocul distractiv. „Designerii de jocuri fără experienţă uită adesea să adauge efecte speciale", a spus Foddy. „Dacă un personaj din jocul tău aleargă prin iarbă, iarba ar trebui să se îndoaie în timp ce acesta fuge prin ea. Îţi spune că iarba este adevărată şi că personajul şi iarba sunt în aceeaşi lume. „În momentul în care formezi o linie în Candy Crush Saga se aude un sunet menit să încurajeze reuşita, scorul asociat cu acea linie se luminează puternic şi intermitent şi uneori auzi cuvinte de laudă pronunţate de un narator nevăzut, cu voce pătrunzătoare, ca Vrăjitorul din Oz.

Efectele speciale sunt eficiente şi pentru că activează

zone foarte primitive ale creierului. Pentru a demonstra asta, Michael Barrus şi Catharine Winstanley, psihologi la Universitatea din British Columbia, au construit un „cazinou pentru şoareci” 79 Şoarecii din experiment pariau pe granule dulci şi delicioase apăsând cu nasurile într-una din patru găuri mici. Unele găuri reprezentau opţiuni cu risc mic şi recompense mici. De exemplu, una oferea o granulă de zahăr în 90% din timp, dar îl pedepsea pe şoarece în 10% din timp, forţându-l să aştepte cinci secunde înainte ca aşa-zisul cazinou să reacţioneze la următoarea sa atingere cu nasul. (Şoarecii sunt nerăbdători, aşa că inclusiv perioadele mici de aşteptare simt percepute ca pedepse.) Alte găuri erau opţiuni cu risc crescut şi recompense mai mari. Gaura cu cel mai mare risc oferea patru granule, dar în numai 40% din timp – în 60% dintre încercări cobaiul era forţat să aştepte fără niciun rezultat 40 de secunde, un fel de eternitate.

În cea mai mare parte a timpului şoarecii tind să evite riscurile, preferând opţiunile cu risc scăzut şi câştiguri mici. Dar această abordare s-a schimbat complet în cazul cobailor care au jucat într-un cazinou care îi răsplătea şi cu sunete, şi cu imagini pulsatorii. Acei şoareci au fost mult mai deschişi către risc, stârniţi de promisiunea dublă a granulelor de zahăr şi a semnalelor de încurajare. La fel ca pariorii umani, erau atraşi de efecte speciale. „Am fost surprins, nu pentru că a funcţionat, ci de cât de bine a mers”, a spus Barrus. „Ne aşteptam ca adăugarea acestor stimuli incitanţi să aibă un efect. Dar nu ne-am dat seama că vor schimba atât de mult procesul decizional”. Efectele speciale amplifică feedbackul, dar în acelaşi timp sunt menite să apropie lumea reală de cea a jocului. Unul dintre jocurile făcute de Foddy cu cel mai mare succes se numeşte Little Master Cricket şi face asta foarte bine. În joc, un practicant de crichet execută lovitură după lovitură, câştigând ture (sau

puncte) în funcţie de locul în care se finalizează acele lovituri. În momentul în care nu nimereşte mingea sau o trimite în locul greşit, jucătorul este scos de pe teren şi jocul începe din nou, de la zero runde. „Când am lansat Little Master soţia mea lucra la birourile centrale Prada, în New York”, mi-a spus Foddy. „Mare parte din departamentul financiar era format din fani ai crichetului din India – şi ei erau vrăjiţi”. Când au descoperit că cel care făcuse jocul era soţul colegei lor au fost şocaţi. Este foarte dificil să simulezi jocul de crichet într-o manieră interactivă, dar Foddy a reuşit cumva să menţină jocul simplu, dar realist. Jucătorii mişcă cursorul înainte şi înapoi, într-un fel care imită lovitura unui jucător real de crichet. La fel ca în viaţa reală, loviturile cu cele mai mari scoruri din Little Master se înalţă sus de tot în aer, evitând bâtele jucătorilor de pe teren care ar putea să prindă mingea înainte ca aceasta să cadă pe pământ. (Ca şi în baseball, această acţiune îl scoate de pe teren pe cel care loveşte.) Acest tip de feedback, care uneşte jocul cu lumea reală, este cunoscut sub numele de *mapping*. „Mappingul e oarecum visceral”, spune Foddy. „De exemplu, întotdeauna ar trebui să eviţi să foloseşti bara de spaţiu. E o tastă zgomotoasă şi trăncănitoare, aşa că nu ar trebui folosită pentru ceva obişnuit, cum ar fi mersul. Mai bine se păstrează pentru acţiuni declarative care nu sunt la fel de frecvente, cum ar fi săriturile. Scopul este să adaptezi senzaţiile din tărâmul fizic cu cele din lumea digitală”.

Cel mai puternic mediu al efectelor speciale trebuie să fie reprezentat de tehnologiile de tip realitate virtuală (VR), domeniu care încă e în faşă.80 VR îl aşază pe utilizator într-un mediu înconjurător care poate fi real (o plajă de pe cealaltă parte a lumii) sau imaginar (suprafaţa planetei Marte). Utilizatorul explorează şi interacţionează cu acea lume în acelaşi fel în care ar face-o cu lumea reală. Tehnologiile VR mai avansate adaugă şi feedback

multisenzorial, inclusiv tactil, auditiv şi olfactiv.

Într-un podcast lansat pe 28 aprilie 2016, autorul şi editorialistul sportiv Bill Simmons l-a întrebat pe investitorul miliardar Chris Sacca despre experienţa lui cu realitatea virtuală.81 „Mi-e teamă pentru copiii mei, puţin”, i-a spus Simmons lui Sacca. „Mă întreb dacă această lume virtuală în care te cufunzi nu e cumva aproape superioară celei în care te afli. În loc să interacţionez cu oameni, pot să mă duc în această lume VR şi să fac chestii virtuale şi aceea va fi viaţa mea”. Sacca, un fost angajat al Google în perioada de început a companiei şi investitor în Twitter, împărtăşeşte motivele de îngrijorare ale lui Simmons:

E foarte corect. Unul dintre aspectele interesante despre tehnologie este că progresele făcute la nivel de rezoluţie a imaginii, de procesare audio şi de viteză de reacţie depăşesc propria noastră dezvoltare fiziologică. Din punct de vedere biologic, am rămas la fel – nu am fost construiţi să absorbim toată această lumină şi toate sunetele în acest mod incredibil de coordonat… poţi să te uiţi la câteva videoclipuri din acest stadiu incipient… în care te afli în vârful unui zgârie-nori şi corpul nu te lasă să faci un pas înainte. Corpul tău este convins că se află pe marginea prăpastiei. Nici măcar nu e o platformă de realitate virtuală cu o rezoluţie foarte bună sau care să te integreze foarte bine în peisaj. Aşa că ne aşteaptă perioade nebune de aici încolo.

Realitatea virtuală există de zeci de ani, dar acum este pe punctul să devină accesibilă publicului larg. În 2013, o companie numită Oculus VR a strâns două milioane şi jumătate de dolari pe Kickstarter. Oculus VR promova un echipament pentru jocuri video care se purta pe cap şi căruia îi spuneau Rift. Până de curând cei mai mulţi dintre oameni se gândeau la VR ca fiind un instrument pentru jocuri, dar asta s-a schimbat în

momentul în care Facebook a cumpărat Oculus VR cu două miliarde de dolari, în 2014. Mark Zuckerberg de la Facebook avea planuri mari pentru Oculus Rift, planuri care depăşeau mult nişa jocurilor. „Acesta este doar începutul”, a spus Zuckerberg. „După jocuri vom face din Oculus o platformă pentru multe alte experienţe. Imaginaţi-vă că v-aţi bucura de un loc imediat în apropierea terenului la un meci, că aţi învăţa într-o clasă cu studenţi şi profesori din întreaga lume sau că v-ar consulta între patru ochi un medic – pur şi simplu prin purtarea ochelarilor în propria casă”. VR nu mai era o raritate. „Noi credem că, într-o zi, acest tip de realitate captivantă, augmentată, va ajunge să facă parte din vieţile de zi cu zi a miliarde de oameni”, a spus Zuckerberg.

În octombrie 2015, publicaţia *York Times* a vândut ediţia de duminică a ziarului cu un mic dispozitiv VR din carton. Conectat cu un telefon inteligent, dispozitivul Google Cardboard afişa materiale exclusive din *Times*, inclusiv documentare despre Coreea de Nord, refugiaţii sirieni şi o relatare despre ce a urmat după atacurile teroriste din Paris. Mi-am petrecut mult din acea după-amiază de duminică pierdut într-un documentar despre copiii refugiaţi, uitând pentru intervale lungi de timp că nu stăteam cu adevărat într-o sală de clasă distrusă din Ucraina cea chinuită de război. „În loc să te uiţi la 45 de secunde de ştiri cu cineva care se plimbă de colo-colo şi explică ce groaznic e, devii un participant activ la povestea pe care o urmăreşti”, a spus Christian Stephen, producătorul unuia dintre documentarele VR.

Însă Google Cardboard păleşte în comparaţie cu Oculus Rift. Aşa cum spune Palmer Luckey, fondatorul Oculus VR, „Google Cardboard e ca apa mâloasă faţă de vinul select Oculus Rift”. Sigur, în acest moment, Google Cardboard are avantajul unui preţ de aproximativ 10 dolari în mediul online, în timp ce Oculus Rift se vinde cu 599 de

dolari.

În ciuda potenţialului realităţii virtuale, aceasta presupune şi riscuri mari. Jeremy Bailenson, profesor de comunicare la Laboratorul de interacţiune cu realitatea virtuală de la Universitatea Stanford, îşi face griji că Oculus Rift va fi nociv pentru felul în care vor interacţiona oamenii cu lumea. „Dacă mi-e groază de o lume în care oricine poate să creeze experienţe cu adevărat oribile? Da, mă îngrijorează. Îmi fac griji dacă atunci când a juca un joc video violent devine echivalentul unei crime. Şi de momentul în care pornografia se simte ca sexul. Cum schimbă acestea felul în care interacţionează oamenii, modul în care funcţionează ca societate?”

Într-un articol scris pentru *The Guardian*, autorul specializat pe tehnologie Stuart Dredge a subliniat că deja ne zbatem să ne concentrăm atenţia asupra prietenilor şi familiei. Dacă smartphone-urile şi tabletele ne îndepărtează de interacţiunea cu lumea reală, cum ne vom descurca odată ce vom ajunge faţă în faţă cu dispozitivele VR? Steven Kotler a scris pentru *Forbes* că realitatea virtuală ar urma să devină „heroină legală; următorul nostru drog puternic”. Avem toate motivele să îl credem pe Kotler. Când va ajunge la maturitate, VR ne va permite să petrecem timp cu oricine, în orice loc, făcând orice vrem pentru oricât de mult timp vrem. Această formă de plăcere fără limite sună minunat, dar cu riscul de a anula complet interacţiunile directe, faţă în faţă. De ce să trăim în lumea reală, alături de oameni cu defecte, când putem să trăim într-o lume perfectă pe care o simţim la fel de real?

La scară globală, realitatea virtuală este încă în stadiu incipient, deci nu putem fi siguri că va schimba semnificativ felul în care trăim. Dar toate indiciile iniţiale sugerează că va fi în acelaşi timp şi miraculoasă, şi periculoasă. Aşa cum a spus Zuckerberg, ne va permite să discutăm cu doctori care sunt la mii de kilometri distanţă,

să vizităm şi să învăţăm despre locuri îndepărtate (şi inaccesibile, şi imaginare) pe care să nu ajungem niciodată să le cunoaştem direct şi să îi „vizităm" pe cei dragi care locuiesc la celălalt capăt al lumii. Totuşi, sub influenţa designerilor de jocuri şi a marilor afaceri din domeniu, s-ar putea dovedi a fi şi un mijloc de transport pentru cele mai noi dependenţe comportamentale, aflate deja în progres rapid.

Spre deosebire de realitatea virtuală, tărâmul realităţii este o lungă serie de eşecuri, ocazional întreruptă de câştiguri. Jucătorii trebuie să piardă din când în când. Un joc care duce la succes de fiecare dată nu e deloc distractiv. Când m-am întâlnit cu David Goldhill, directorul executiv al postului Game Show, mi-a povestit ceva care ilustrează dezavantajele surprinzătoare ale situaţiei în care am câştiga tot timpul. Goldhill este un povestitor nativ. Stăpâneşte arta povestirii indiferent de subiectul discuţiei în care este implicat, dovedind pricepere şi iscusinţă în discurs. Am vorbit despre oraşul meu natal, Sydney, iar până la sfârşitul discuţiei eu eram cel care lua notiţe ca un turist. Povestea lui Goldhill era despre un parior care câştigă tot timpul. „Tipul crede că e în rai, pentru că el câştigă absolut fiecare pariu. Totuşi în cele din urmă îşi dă seama că e în iad. E pur şi simplu tortură". Pariorul a alergat toată viaţa după câştiguri, iar acum, când vin unul după altul, şi-a pierdut scopul în viaţă. Povestea lui Goldhill ilustrează de ce încurajările variabile au un efect atât de puternic. Nu din cauza câştigurilor ocazionale, ci pentru că experienţa depăşirii unui eşec recent este profund motivantă.

Cea mai bună parte a unui joc de noroc s-ar putea să fie milisecunda de dinaintea aflării rezultatului. Acesta este momentul de tensiune maximă, momentul în care jucătorii sunt pregătiţi să vadă un rezultat câştigător. Ştim asta dintr-un experiment inspirat, făcut de doi psihologi, şi

publicat în 2006. Emily Balcetis şi Dave Durming au spus unui grup de studenţi de la Corneli că participau la un test de degustare a unui suc.82 Unii dintre ei vor avea şansa să guste un suc de portocale proaspăt stors, dar alţii urmau să bea o „licoare gelatinoasă, neomogenă, verde, urât mirositoare, oarecum vâscoasă, prezentat drept «smoothie vegetal organic»”. Pe măsură ce studenţii se familiarizau cu băuturile, coordonatorul experimentului le-a explicat că un calculator va alege în mod aleatoriu dacă vor bea un pahar mare dintr-una sau din cealaltă. Unei jumătăţi dintre participanţi i s-a spus că pe calculator li se va arăta un număr dacă nimeriseră să bea tentantul suc de portocale (şi o literă dacă li se desemnase zeama verde), iar celorlalţi li s-a comunicat invers, respectiv că litera era salvarea şi cifra însemna blestemul. Studenţii au stat în faţa calculatorului şi au aşteptat, situaţie similară cu aşteptarea pasionaţilor de jocuri de noroc din momentul în care aşteaptă ca aparatul să afişeze rezultatul. Câteva secunde mai târziu, calculatorul afişa această imagine:

Exact *86*% dintre tineri s-au bucurat. Calculatorul le oferise un câştig.

Aşa cum aţi observat probabil, imaginea nu reprezintă niciun număr şi nicio literă, ci un hibrid ambiguu între numărul 13 şi litera B. Studenţii erau atât de dornici să vadă ce sperau să vadă, încât mintea lor a decodat figura ambiguă în avantajul lor. Numărul 13 le-a sărit în ochi celor care sperau să vadă un număr şi litera B celor care sperau să vadă o literă. Acest fenomen, numit

percepţie motivată, are loc în mod automat tot timpul. De obicei fenomenul nu este evident, dar Balcetis şi Durming au fost suficient de abili încât să găsească o metodă prin care să dezvăluie efectul.

Ceea ce face ca percepţia motivată să fie atât de importantă pentru dependenţă este faptul că modelează felul în care percepem feedbackul negativ. Povestea lui David Goldhill ne arată că pariorii detestă să câştige tot timpul – şi chiar mai mult de atât, urăsc să piardă mereu. Dacă pasionaţii de jocuri de noroc care au ghinion, iubitorii de jocuri video şi utilizatorii de Instagram ar vedea lumea aşa cum este de fapt, ar înţelege că îşi irosesc timpul. Ar conştientiza că o serie de pierderi de obicei prezice mai multe pierderi, şi nu un pot generos care urmează să le pice, respectiv că imaginea de mai sus are şanse la fel de mari să fie şi literă, dar şi număr. Mai rău, multe jocuri şi numeroase experienţe bazate pe noroc sunt construite în aşa fel încât să vă facă să speraţi şi mai tare prin afişarea de noi posibile câştiguri. Într-un episod de la începutul primului sezon din *The Simpsons*, Homer Simpson cumpără un loz răzuibil de la Apu, la Kwik-E-Mart: 8

Homer: O [gogoaşă] glazurată şi un Scratch – N-Win, te rog.

[Apu îi întinde lozul lui Homer şi el începe să-l răzuiască.]

Homer: O. Clopoţel.

[Homer răzuieşteâncă puţin şi suflă cu putere.]

Homer: încă un clopoţel! încă unul şi devin milionar. Hai, clopoţel, te rog, te rog, te rog, te rog, te rog, te rog!

[Homer răzuieşte şi descoperă o prună.]

Homer: D’oh! Fructul ăla mov. Unde erai ieri?

Dezamăgirea lui Homer este împărtăşită de milioane de aproape-câştigători la loto în fiecare săptămână. Ieri Homer „aproape câştigase” cu două „fructe dintr-alea

mov” şi astăzi aproape câştigase cu doi clopoţei. Există o probabilitate bunicică să joace şi mâine, şi în ziua următoare, pentru că pentru Homer aceasta nu a fost o pierdere. A fost „aproape un câştig”.

Progres

6

Shigeru Miyamoto ştie cum să conceapă un joc video care să îi facă pe oameni să nu se poată opri din jucat.84 El este echivalentul lui Steven Spielberg, al lui Stephen Kingsau al lui Stevejobsân lumea jocurilor – un artist care înţelege ce vor oamenii mai bine decât înţeleg ei înşişi, iar tot ce atinge se transformă în aur. Miyamoto a fost omul din spatele jocului cu al doilea cel mai mare profit al tuturor timpurilor. De asemenea, jocurile lui ocupă şi numeroase alte poziţii: 5, 6, 8, 9, 11, 12, 19, 21, 23, 25, 26, 30, 34. Industria ar fi fost cu mult mai săracă fără influenţa lui. Ceea ce Miyamoto a părut să înţeleagă mai bine decât oricine altcineva a fost că jocurile care dau dependenţă le oferă ceva şi începătorilor, şi experţilor, jocurile realizate doar pentru începători ar deveni lipsite de interes prea curând, iar jocurile concepute exclusiv pentru experţi i-ar pierde pe debutanţi înainte să devină maeştri.

Pe când avea 24 de ani, Miyamoto s-a angajat la Nintendo. Timp de 90 de ani, Nintendo făcuse afaceri pe aceeaşi nişă inertă a cărţilor de joc, dar acum, la sfârşitul anilor 1970, se extindea spre zona jocurilor video. În copilărie, Miyamoto se îndrăgostise de jocurile electronice de tip arcade[15], ca Space Invaders, aşa că tatăl lui a tras nişte sfori pentru a-i obţine un interviu cu preşedintele companiei Nintendo. Miyamoto i-a arătat acestuia câteva dintre jucăriile şi jocurile pe care le concepuse în timpul său liber şi a fost angajat pe loc în calitate de ucenic în Departamentul de planificare a jocurilor video.

---

15 joc video care se joacă individual (n.r.).

Începutul anilor 1980 a fost dificil pentru Nintendo. Compania a încercat să creeze o piaţă pentru jocurile video în Statele Unite, dar a eşuat lamentabil. Mii de jocuri nevândute zăceau într-un depozit când inginerul-şef de la Nintendo l-a abordat pe tânărul Miyamoto şi i-a cerut să creeze un joc nou care să salveze compania. Conform spuselor mereu modestului Miyamoto, „nimeni altcineva nu era disponibil să se ocupe de asta”. Primul joc al lui Miyamoto a fost clasicul Donkey Kong. Tânărul erou al jocului era un instalator mustăcios pe nume Mario, botezat după proprietarul depozitului închiriat de Nintendo în America, Mario Segale. Acelaşi Mario urma să apară şi într-una dintre cel mai bine vândute serii a tuturor timpurilor – Super Mario Bros. Super Mario a fost punctul în care Miyamoto şi-a demonstrat abilitatea de a face jocurile atrăgătoare pentru jucătorii de orice nivel.

Super Mario Bros. Îi prinde pe începători, pentru că nu există bariere care să îi împiedice să joace. Poţi să nu ştii absolut nimic despre consola Nintendo şi tot poţi să te simţi bine din primul minut. Nu e nevoie să citeşti instrucţiuni care îţi macină motivaţia sau să te chinui cu vreun instructaj înainte să începi. În schimb, personajul tău, Mario, pur şi simplu apare în partea stângă a unui ecran aproape gol. Pentru că ecranul e gol, poţi apăsa pe butoanele telecomenzii Nintendo în mod aleatoriu fără să faci vreun rău, învăţând astfel care mişcări îl fac pe Mario să sară şi care îl fac să se mute la stânga şi la dreapta. În stânga nu poţi merge prea departe, aşa că înveţi rapid să mergi spre dreapta. Şi nu citeşti vreun ghid care să-ţi spună ce şi cum – în schimb, înveţi practic şi te bucuri de senzaţia de stăpânire care se naşte din acumularea de cunoştinţe prin experimentare directă. Primele câteva secunde ale jocului sunt genial concepute pentru a face simultan două lucruri foarte dificile: învăţare şi menţinerea iluziei că nimeni nu te învaţă pedant ceva.

La fel ca mii de copii, şi eu m-am îndrăgostit profund de Super Mano Bros. Aveam io ani şi eram cu părinţii mei în vizită la nişte rude din Noua Zeelandă. Mătuşa mea mi-a făcut cunoştinţă cu un băiat care era de-o seamă cu mine şi, aşa cum tind să facă băieţii de io ani, mi-a arătat jucăriile lui, inclusiv consola Nintendo pe care o avea. Nu mai văzusem niciodată un joc Nintendo până atunci, iar când a dat drumul la Super Mario Bros. mi-a stricat, fără să vrea, tot restul vacanţei. Am jucat jumătate de oră, dar până la sfârşitul acelei vizite ajunsesem să nu mă mai gândesc la altceva decât la joc. Decenii mai târziu şi la mii de kilometri depărtare de Noua Zeelandă, am susţinut o prelegere inspirată de Miyamoto şi de un economist de la Yale, Martin Shubik. Cei doi bărbaţi veneau din lumi diferite, dar amândoi inventaseră capcane care acţionau aproape imediat. Shubik şi-a descris capcana într-un articol pe care l-a publicat într-un ziar, în 1971: „Există un joc de societate extrem de simplu, foarte distractiv şi plin de învăţăminte şi care poate fi jucat la orice petrecere prin organizarea unei licitaţii pentru 1 dolar”. Shubik a descris regulile aşa-numitului său Dollar Auction Game (Jocul licitaţiei la dolar) ca fiind „simplitatea întruchipată”.8 Iată-le în format complet:

Cel care conduce licitaţia oferă o bancnotă de un dolar celui care oferă, cel mai mult, consimţind că vor plăti şi cel care va licita cel mai mult şi cel care îi urmează ca valoare licitată.

Dacă cineva este dispus să plătească 80 de cenţi pentru bancnota de 1 dolar şi altcineva, al doilea jucător cu cea mai mare ofertă, este dispus să plătească 70 de cenţi, atunci cel care a condus licitaţia primeşte 1 dolar şi 50 de cenţi – un profit curat de 50 de cenţi. Ambii ofertanţi plătesc, dar numai cel cu cea mai mare ofertă primeşte bancnota. Evident, e o afacere pe cinste, pentru că se plătesc 80 de cenţi pentru o bancnotă care valorează, la

propriu, 1 dolar. Totuşi pentru cel de pe locul al doilea e o afacere foarte proastă. Acesta plăteşte 70 de cenţi pentru fix nimic.

Am jucat jocul lui Shubik în timpul prelegerii mele, dar am organizat licitaţia pentru o bancnotă de 20 de dolari. Ofertele au început de la 1 dolar şi au crescut cu câte 1 dolar. Mai multe voci au strigat imediat „1 dolar!”, pentru că e o investiţie grozavă să plăteşti 1 dolar pentru o bancnotă de 20. Am auzit „2 dolari!”, apoi „3 dolari!”. Unii dintre studenţi s-au oprit devreme din licitat, dar alţii au depăşit 10 dolari, îndreptându-se spre pragul magic de 20. Când îi urmăreşti pe cei care participă, poţi vedea pe chipurile lor momentul precis în care îşi dau seama că jocul e o capcană. În momentul în care numărul ofertanţilor activi ajunge, inevitabil, la doar doi, unul dintre ei va trebui să plătească pentru nimic. De exemplu:

Persoana A: 16 dolari!
Persoana B: 17 dolari!
…pauză…
Persoana A: 18 dolari!
Persoana B: 19 dolari!

Dacă aceasta ar fi fost o licitaţie obişnuită, jocul s-ar opri aici. Nu există niciun motiv pentru care Persoana A să strige „20 de dolari!”, cu excepţia situaţiei în care chiar nu o place pe

Persoana B şi ar prefera să nu facă niciun profit (să plătească 20 de dolari pentru o bancnotă de 20 de dolari) decât să vadă că Persoana B câştigă 1 dolar.

Dar aceasta este o capcană, aşa că licitaţia continuă:

Persoana A: 20 de dolari!
…pauză…
Persoana B: 21 de dolari!
…pauză mai lungă…
Persoana A: 22 de dolari!
…pauză şi mai lungă…

Persoana B (cu voce mai joasă): 23 de dolari.

Uneori jocul continuă până când se triplează sau se cvadruplează valoarea bancnotei. Nimeni nu vrea să plătească o sumă uriaşă pentru nimic, ceea ce face din Twenty Dollar Auction Game o modalitate grozavă de a strânge bani pentru opere de binefacere.

Jocul lui Shubik demonstrează că multe comportamente care dau dependenţă sunt alimentate de capcane plasate din vreme. Experienţa pare inofensivă la început, dar în cele din urmă îţi dai seama că s-ar putea termina prost. Pentru studenţii mei, stimulul era mica posibilitate de a câştiga o bancnotă de 20 de dolari cu o reducere semnificativă a preţului. În cazul meu, stimulul era instalatorul Mario care căuta prinţesa răpită.

Jocul licitaţiei la dolar îi prinde rapid pe jucătorii începători, dar este atât de eficient şi pentru că funcţionează puţin ca o campanie de momire cu o premisă falsă. Astfel de campanii se referă la acea formă de publicitate ilegală pe care comercianţii de bunuri electrice o folosesc pentru a-i atrage pe cumpărători în timpul sezonului reducerilor de Crăciun. De exemplu, un magazin ar putea să facă reclamă la un nou DVD player – „9 dolari, în limita stocului disponibil!” –, dar să aibă pe stoc un singur astfel de DVD player. Clienţii se adună la coadă, năvălesc în magazin la ora 9 dimineaţa şi unul pleacă acasă cu acel DVD player, în timp ce alţi 50 au de luat o decizie nefericită. Psihologic vorbind, ei *se simt* ca şi cum ar fi de a posesorii unui nou DVD player ieftin. În timp ce stăteau mai devreme cu două ore în frig, la coadă, începuseră să îşi imagineze cum ar fi să se uite la toate cele opt filme din seria Harry Potter, alături de întreaga familie, toţi adunaţi în jurul unui bol uriaş cu popcorn. Atunci alegerea trebuie făcută între această fantezie şi achitarea unei sume de 199 de dolari pentru următorul cel mai ieftin DVD player rămas în magazin după dispariţia

modelului de 9 dolari.

Asta face şi Jocul licitaţiei la dolar. Cei care licitează se ataşează emoţional de câştigarea licitaţiei. Pentru cei doi studenţi care au oferit până la 60 de dolari în timpul prelegerii mele, motivaţia nu a fost fiorul câştigului celor 20 de dolari – ci pericolul de a pierde în faţa celuilalt ofertant. Aşa cum a sugerat neurologul Kent Berridge, expresiile lor faciale exprimă că *vor* să continue licitaţia, dar cu siguranţă nu le *place* deloc experienţa.

Aceeaşi aversiune faţă de pierdere se poate observa chiar mai evident pe site-urile cu aşa-numitele licitaţii la penny, site-uri ca Happybid Day.com, Quibids.com sau Beezid.com.86 De exemplu, pentru a putea începe să folosiţi Beezid trebuie să cumpăraţi un pachet de licitaţii. Pachetele încep de la 40 de licitaţii (36 de dolari sau câte 90 de centi pentru fiecare ofertare) şi merg până la 1.000 (550 de dolari sau 55 de centi pentru fiecare licitaţie). Site-ul Beezid găzduieşte sute de licitaţii în curs pentru produse ca laptopuri, televizoare şi căşti. Aşa arată o licitaţie pentru un televizor nou după prima ofertă:

Comparativ cu: 2 999,00
5: 00: 00
Cumpără-l cu:
0, 01
bidking999

LICITEAZĂ

Prima ofertă licitată a fost de un cent – un singur cent! – şi a fost făcută de un utilizator cu pseudonimul bidking999. Cronometrai arată cinci ore, ceea ce înseamnă că bidking999 va câştiga televizorul pentru glorioasa sumă de un cent, dacă nu mai licitează nimeni altcineva înainte de încheierea celor cinci ore. Fiecare licitaţie creşte de obicei preţul obiectului cu un cent (de aici şi termenul de licitaţie la penny). Ofertele sunt rare la început, dar atunci când cronometrai ajunge sub cincisprezece secunde începe şi „perioada de acţiune" a licitaţiei, perioadă în care fiecare nouă ofertă resetează cronometrai la cincisprezece secunde. Pentru articole foarte căutate aşa ceva se întâmplă de zeci de ori – cam ca farsa de 1 aprilie cu butonul celor de la Reddit şi cronometrai căruia i-au trebuit două săptămâni pentru a ajunge la zero. Unele obiecte se vând foarte ieftin, dar altele se vând aproape de valoarea lor reală de pe piaţă. Problema consumatorului este că trebuie să liciteze de mii de ori înainte să câştige orice, ceea ce consumă mii de licitaţii din pachetele cumpărate, fără să primească nimic în schimb. Site-ul face profit frumos, în timp ce consumatorul pierde treptat câţiva cenţi, până când pierderea ajunge să se cumuleze în valori enorme.

Sute de participanţi la licitaţiile la penny se plâng în mediul online. Unii susţin că site-ul e o păcăleală şi alţii îl compară cu jocurile de noroc. Un expert în feedbackul consumatorilor de la Sitejabber.com a testat o platformă de licitaţii la penny şi a spus că, în ciuda faptului că a fost precaut, „chiar şi eu am fost atras de acele site-uri şi m-am simţit de parcă puneam monede într-un automat cu fise, dar fără vreo şansă reală de câştig". Procesul dă atât de repede dependenţă pentru că plăteşti pentru licitaţii înainte, aşa că atunci când îţi consumi bugetul nu simţi, iar mirajului de a economisi mii de dolari – în acest caz să

plăteşti un penny pentru un televizor de 3.000 de dolari – e greu să îi rezişti. Odată ce licitaţia intră în perioada de acţiune, aproape că poţi să simţi gustul victoriei. Mizele sunt mici când faci prima ofertă; dar până să ajungi la cea de-a o sută ofertă şi după ce vei fi văzut cronometrai ajungând la o secundă de zeci de ori, te vei fi implicat serios în proces. Nu e de mirare că site-urile specializate pe feedback din partea consumatorilor se referă la platformele de licitaţii la penny ca fiind „riscante", că le etichetează drept „escrocherii" şi că recomandă adesea cumpărătorilor să le evite cu totul.

Site-urile cu licitaţii la penny îşi merită reputaţiile îngrozitoare, dar nu orice experienţă e nocivă. Unele experienţe sunt concepute să dea dependenţă pentru a-i prinde în capcană pe consumatorii ghinionişti, dar altele se întâmplă să dea dependenţă în ciuda faptului că au fost create în mare parte pentru a fi distractive sau interactive. Graniţa dintre cele două este foarte discretă; în mare parte, diferenţa constă doar în intenţia creatorului. Site-urile de licitaţii la penny sunt rapace din construcţie, la fel ca jocurile de noroc electronice cu fise. (Natasha Dow Schiill şi-a intitulat cartea despre jocuri de noroc *Addiction by Design*.) însă, atunci când Shigeru Miyamoto a conceput Super Mario Bros., scopul lui principal a fost să creeze un joc pe care şi el l-ar juca cu plăcere.87 în loc să organizeze diverse focus-grupuri, el a jucat ore în şir jocul, eliminând erori şi rafinând elemente pe parcurs, până când a ajuns la versiunea pe care Nintendo a lansat-o în 1983. În anii 1990 şi la începutul anilor 2000, Miyamoto a conceput jocurile de uriaş succes Pokémon şi, din nou, principala sa datorie a fost faţă de integritatea jocului. „Ideea", a spus el, „nu e să faci ceva care să se vândă, ceva foarte popular, ci să iubeşti ceva şi să faci ceva ce creatorii pot iubi. Este sentimentul esenţial pe care ar trebui să îl simţim atunci când dezvoltăm jocuri". Când e să compari

Super Mario Bros. – votat cu regularitate de creatorii de jocuri ca fiind cel mai bun joc al tuturor timpurilor – cu toate celelalte jocuri de pe piaţă, este uşor să identifici la concurenţă semnalele unui joc rapace.

Adam Salisman, care a creat un foarte apreciat joc indie numit Canabalt în 2009, a scris pe larg despre etica designului de jocuri. „Jocurile rapace sunt concepute să profite de felul în care funcţionăm”, a spus Salisman.88 „Multe dintre jocurile rapace din ultimii cinci ani folosesc ceea ce este cunoscut ca fiind un sistem de energie. Ţi se permite să joci cinci minute, iar apoi rămâi în mod artificial fără chestii de făcut. Jocul îţi va trimite un e-mail în să zicem, patru ore, moment în care poţi să începi din nou să te joci”. Eu i-am spus lui Salisman că sistemul mi se părea destul de bun – îi obligă pe jucători să facă pauze şi îi încurajează pe copii să îşi scrie temele între sesiunile de joacă. Dar aici intervine aspectul lăcomiei. Salisman spune că „cei care creează jocuri au început să-şi dea seama că jucătorii ar plăti un dolar pentru a scurta timpul de aşteptare sau pentru a creşte cantitatea de energie pe care ar avea-o personajul lor odată ce s-ar termina perioada celor patru ore de aşteptare”. Jocul te prinde în capcană, la fel cum fac şi licitaţiile la penny şi Jocul licitaţiei la dolar al lui Shubik, şi te manipulează să aştepţi sau să plăteşti. Am dat peste acest sistem rapace pe când jucam un joc numit Trivia Crack. Dacă dai un răspuns greşit de mai multe ori la rând, rămâi fără vieţi, iar un ecran de dialog îţi propune să alegi: aşteaptă o oră pentru mai multe vieţi sau plăteşte 90 de centi pentru a continua imediat.

Multe jocuri ascund aceste costuri care apar pe parcurs. Sunt gratuite la început, dar mai târziu eşti constrâns să plăteşti pentru a putea continua. „Aceste costuri ascunse înseamnă să arăţi o lipsă de respect faţă de publicul tău de jucători”, a spus Salisman. „Seamănă puţin cu aparatele de jocuri electronice clasice care te

taxau cu o fisă de 25 de cenţi pentru a juca nivelul iniţial uşor, dar apoi te forţau să te confrunţi cu un personaj foarte dificil de învins la finalul nivelului. Întregul nivel e uşor şi distractiv, dar apoi aşa-numitul e supergreu de învins.

Aşa că trebuie să consumi o mulţime de fise suplimentare pentru a ajunge la următorul nivel distractiv. Jocul îşi face reclamă spunând că are un cost de doar 25 de cenţi, dar nu ai nicio şansă să omori acel boss fără să cheltui un dolar sau mai mult”. Dacă joci de minute bune sau chiar de ore întregi, ultimul lucru pe care vrei să-l faci e să-ţi recunoşti înfrângerea. Ai atât de mult de pierdut, iar aversiunea ta faţă de acest posibil eşec te obligă să mai bagi *doar încă o monedă* în aparat, iar şi iar. Începi să joci pentru că vrei să te simţi bine, dar continui pentru că vrei să eviţi senzaţia de nefericire.

Chiar dacă cei mai mari creatori de jocuri din industrie nu sunt siguri ce tehnică să folosească pentru ca jocurile lor să dea dependenţă, aceştia învaţă rapid cu ajutorul unei abordări şirete. „Se numeşte cod pe culori”, mi-a spus Isaac Vaisberg, fostul dependent de jocuri pe care vi l-am prezentat în al doilea capitol. El s-a folosit de exemplul unui joc online pe roluri, în care jucătorii se grupează în clanuri pentru a îndeplini misiuni. „Să zicem că ai deja două milioane de jucători şi încerci să-ţi dai seama ce îi face să se implice mai tare. Asociezi o culoare codului aferent fiecărei misiuni sau chiar diferitelor elemente din fiecare misiune şi vezi care dintre ele dă cea mai puternică dependenţă”. Culorile codurilor, sau etichetele, le permit creatorilor să urmărească de câte ori se întorc jucătorii pentru a încerca să ducă la capăt misiunea din nou şi cât de mult timp petrec jucătorii cu fiecare element din fiecare misiune. „Din moment ce ai un eşantion uriaş de jucători, poţi face experimente. Misiunea A s-ar putea să presupună salvarea unui element, în timp

ce Misiunea B este foarte similară, cu excepţia faptului că trebuie să omori ceva”. La fel, Misiunea C s-ar putea să îţi ofere o infuzie de feedback pozitiv la început, în timp ce misiunea D, care în toate celelalte privinţe este identică, nu îţi oferă deloc feedback. De exemplu, un designer poate să vadă că oamenii petrec de trei ori mai mult timp cu o misiune care le impune să ucidă ceva în loc să salveze şi se întorc cu 50% mai des la o misiune care le oferă elemente de micro-feedback în rafale. Rezultatul este o versiune mai puternică a jocului original şi care evoluează în timp pentru a ajunge să genereze un maximum de dependenţă. „World of Warcraft se pricepe la asta în mod deosebit”, a spus Vaisberg despre jocul care l-a ţinut captiv câţiva ani. „Timp de mai bine de opt ani au lucrat la joc pentru a include tot ceea ce le place oamenilor”. De plildă, Farmville este un joc despre gestionarea unei ferme virtuale şi care dă dependenţă. La apogeu, zeci de milioane de utilizatori ai platformei Facebook jucau acest joc. „Farmville a avut un succes fenomenal pe Facebook, mai ales în rândul femeilor, aşa că echipa din spatele World of Warcraft a integrat o versiune a jocului Farmville în World of Warcraft pentru a atrage jucători de sex feminin”.

Istoric vorbind, cei mai mulţi dintre jucători sunt bărbaţi, dar lumea jocurilor a început să le atragă şi pe femei şi pe reprezentanţii altor grupuri dezavantajate. De fapt, în august 2014 femeile cu vârste mai mari de 18 ani au devenit cel mai mare segment demografic din lumea jocurilor. Ele reprezintă 36% din jucători, în timp ce bărbaţii mai mari de 18 ani reprezintă 35% dintre toţi jucătorii. Creşterea a fost parţial susţinută de jocuri ca Hollywood al lui Kim Kardashian. Kardashian şi-a lansat jocul în iunie 2014, iar în primul an de existenţă a încasat zeci de milioane de dolari.8? Aproape jumătate din veniturile jocului au mers la Kardashian însăşi. Jocul se

poate descărca gratuit, dar există un mic avertisment de „achiziţii în aplicaţie” poziţionat sub butonul de download şi e aproape imposibil să îl joci fără să cheltui bani. Scopul este să te ridici de la nivelul E de celebritate la nivelul A, prin acţiuni pe care Kardashian însăşi le-ar putea face: schimbă-ţi de multe ori ţinuta, fă-te văzut (a) în public, fă paradă cu prietenii oriunde te duci, mergi la întâlniri cu mulţi parteneri şi, mai presus de toate, evită să fii părăsit (a). Jucătorii câştigă stele K de fiecare dată când personajele lor fac un pas înainte, dar pentru a face progrese semnificative trebuie să cumpere pachete adiţionale. Un pachet mic de stele costă 5 dolari, dar unul mare costă 45 de dolari. De asemenea, îţi poţi cheltui banii reali, câştigaţi cu greu, pe achiziţia de bani virtuali.

La fel ca World of Warcraft, jocul lui Kardashian oferă doze mici de feedback pozitiv pentru a-i stimula pe jucători imediat ce încep. Compania care se ocupă de joc, Glu Games, face suficient de multe teste pentru a se asigura că acele recompense sunt administrate precis, la intervalele potrivite. Un editorialist de la *Business Insider* a evaluat jocul ca fiind „unic de toxic şi generator de dependenţă… poate singura aplicaţie care într-adevăr îşi merită comparaţia cu drogurile”. Alţi jurnalişti au vorbit despre dependenţe similare. În articolul lui Tracie Morrissey publicat în Jeze*bel, ea* recunoaşte că a cheltuit aproape 500 de dolari în joc: „Oameni buni, cred că am cu adevărat o problemă. Ce dependenţă jenantă şi ridicolă. Oare ce-aş putea măcar să spun dacă aş încerca să caut ajutor la Alcoolicii Anonimi sau ceva de tipul?”. Emilee Lindner a scris un articol pentru MTV.com cu titlul „Viaţa adevărată: Am devenit dependentă de jocul lui Kim Kardashian” şi a recunoscut că a consumat cea mai mare parte a traficului de date din abonamentul familiei jucând uneori nopţi întregi la rând. Mulţi dintre aceşti „dependenţi” sunt oameni normali care au, de felul lor, slujbe impresionante

şi familii. Nu corespund stereotipului dependentului din trecut şi tocmai acest aspect face ca produsele care îi cuceresc să fie atât de perfide. Acum sunt începători care îşi petrec timpul cu un joc nou, gratuit, şi în scurt timp îşi cer iertare pentru cheltuirea bugetului familiei pe joc.

În lumea dependenţelor înfloritoare norocul începătorului e o problemă serioasă. Când aveam 8 ani şi fratele meu avea 6, am mers prima dată la bowling cu părinţii noştri. Bowlingul este un joc dificil pentru adulţi şi un joc îngrozitor pentru copii. Pistele moderne gestionează asta prin înlocuirea canalelor de pe marginile pistei cu protecţii, ceea ce face imposibil să mai dai aşa-numitele *gutterballs*. Un joc de pricepere devine un joc de noroc pe măsură ce bila sare tot mai departe după ce se loveşte de protecţiile de pe margini. La sfârşitul anilor 1980, atunci când am fost noi acolo, nu existau protecţii şi nu se făceau concesii pentru începătorii nepricepuţi.

Am plătit pentru două runde şi am trecut pe lângă un şir nesfârşit de bile de bowling. Prima serie era plină cu o duzină de bile negre de şapte kilograme şi un pic. Acestea erau bilele de bowling serioase, pentru jucătorii experimentaţi – bărbaţi puternici cu mâini mari care îşi puteau roti încheieturile în aşa fel încât să inducă o mişcare de rotaţie uimitoare chiar şi celei mai grele bile din joc. Am trecut pe lângă bilele de 6, 8 kg, pe lângă cele de 6, 3, iar la capătul sălii era o mică serie cu câteva bile concepute pentru jucătorii mai tineri. Puteai să-ţi dai seama că erau pentru copii, pentru că erau roz, albastre şi portocalii şi pentru că găurile pentru degete erau aproape prea mici chiar şi pentru mâinile noastre micuţe. În plus, cântăreau 2, 7 kg.

Nu am bătut niciun record în acea zi, dar fratele meu a rămas captivat de joc pentru totdeauna. În timp ce el s-a bucurat de o doză ridicolă de norocul începătorului, eu am jucat cu o incompetenţă consecventă. Am mai dărâmat pe

ici, pe colo câteva popice şi am terminat cu scoruri asemănătoare, dar cele opt puncte ale lui – întreaga lui captură din acea zi – le-a obţinut din prima încercare. Încă îmi amintesc abordarea lui ezitantă şi aruncarea stângace cu două mâini care a trimis bila mai mult spre pământ decât spre popice. Printr-un miracol, mingea a rămas pe pistă, a rulat departe de şanţuri şi foarte încet a dărâmat toate popicele, mai puţin două. Am strigat de bucurie şi am sărbătorit, dar acelea au fost singurele puncte pe care le-a câştigat în acea zi. Ani de-a rândul după aceea a rămas obsedat de joc şi sunt convins că obsesia lui a fost susţinută parţial şi de gustul timpuriu al succesului, pe care l-a simţit înaintea unei lungi serii de eşecuri.

Norocul începătorului dă dependenţă pentru că te lasă să simţi gustul succesului şi apoi gata. Îţi stârneşte ambiţii nerealiste şi aşteptările mari ale unui concurent mai experimentat. A doua doză de succes e un miraj care pare să fie mai aproape decât e de fapt, iar sentimentul eşecului care se adună cu fiecare nouă pierdere te împinge tot mai departe, până când recucereşti acea senzaţie de glorie (nemeritată) de la început.

L-am urmărit pe fratele meu cum a tot trimis bila în şanţuri – nu doar în acea zi, ci de fiecare dată când am mers la bowling, timp de mulţi ani. La mai bine de 20 de ani după acel episod am hotărât, alături de colegii mei Hether Kappes, Dave Berri şi Griffin Edward să reconstruim acea experienţă a lui în laborator.9° Am invitat un grup de adulţi într-un laborator pentru a juca darts. Niciunul dintre ei nu mai jucase înainte. Le-am spus că vor primi puncte pentru cum se descurcă, dar pentru a fi corecţi le-am oferit ocazia de a exersa întâi. Jumătate dintre ei s-au aşezat atât de aproape de ţintă încât succesul aproape că era garantat, în timp ce jumătatea cealaltă a exersat de la o distanţă mult mai mare şi în general s-au cam zbătut – o mostră de feedback mult mai

realist. Mai târziu, când i-am întrebat pe toţi cât de mult le-a plăcut să joace şi cât de motivaţi erau să mai joace şi altă dată, începătorii „norocoşi” s-au arătat hotărâţi să persevereze. Începătorii ghinionişti nu erau pe deplin descurajaţi, dar doza iniţială de feedback realist le atenuase entuziasmul faţă de joc.

Mulţi creatori de jocuri ştiu că norocul începătorului este un stimul puternic. Nick Yee, care are un doctorat în comunicare şi analizează cum îi afectează jocurile pe cei care le joacă, a scris despre rolul recompenselor timpurii în jocurile online cu diferite caractere.91

Unul dintre factorii care îi atrag pe oameni la jocurile online cu diferite caractere este ciclul complex de recompense împletit în acele jocuri, care funcţionează ca o momeală. Recompensele sunt oferite foarte rapid la începutul jocului. Omori o creatură din 2 – 3 lovituri. Treci la următorul nivel în 5 – 10 minute. Şi poţi acumula tot mai multe *shills-uri*[16] cu foarte puţine eşecuri. Dar perioadele dintre aceste recompense cresc exponenţial destul de rapid. Foarte curând va dura 5 ore până să poţi ajunge la nivelul următor şi apoi 20 de ore. Jocul funcţionează prin faptul că îţi oferă satisfacţie imediată la început şi apoi te momeşte pe o pantă alunecoasă.

Designerii au descoperit această tehnică după ce au combinat milioane de informaţii – acel tip de exerciţiu de explorare pe care l-a descris Isaac Vaisberg. În timp ce norocul începătorului a fost pur hazard în cazul fratelui meu, „norocul” de care au parte jucătorii începători este programat.

Norocul începătorului dă dependenţă, dar unele experienţe sunt atât de prietenoase cu începătorii încât norocul nu este necesar. Când am fost la David Goldhill, directorul postului Game Show despre care v-am povestit

16 Termen specific jocurilor video contemporane care desemnează un talent, o îndemânare în luptă (n.r.).

mai devreme, acesta a început prin a-mi da telefonul lui. „Vreau să îţi arăt un joc pe care eu îl consider fascinant. Cel mai mic copil al meu, care are 7 ani, îl adoră. Este incredibil de simplu şi de stupid. Ţi-e cunoscut Crossy Road?” I-am spus că nu. „Vezi cât îţi ia până când înţelegi cum se joacă”. Mi-a luat trei secunde. Tot ce trebuie să facă personajul tău e să traverseze fără să fie călcat de o maşină. Acesta se mişcă prin simple atingeri de ecran. Acest joc „simplu şi stupid”, la fel ca Super Mario Bros., este conceput în aşa fel încât să nu existe bariere de acces. Imediat ce vezi ecranul ştii tot ce trebuie să ştii pentru a începe să faci progrese. „Asta îmi aminteşte de un alt joc...” I-am spus lui Goldhill înainte să mă întrerupă: „Tuturor le aminteşte de vreun alt joc pe care l-au mai jucat”. Crossy Road împrumută elemente de la atât de multe jocuri încât, dacă ai jucat doar unul sau două dintre ele, practic le-ai jucat pe toate.

Game Show NetWork găzduieşte şi concepe jocuri, dar organizaţia este faimoasă pentru emisiunile de tip concurs de la TV. Acestea funcţionează pe acelaşi principiu. „Dacă te uiţi la o emisiune-concurs bună pe care n-ai mai văzut-o niciodată, în câteva minute de când începi să o urmăreşti, regulile fie îţi vor fi clare deja, fie îţi vor fi explicate”, a spus Goldhill. „Uşurinţa înţelegerii structurii face parte din designul unei emisiuni-concurs bune. Şi e o constantă la nivel mondial. Indiferent unde eşti, dacă dai peste un concurs televizat, toate au în comun acelaşi set de elemente de bază. Dacă te uiţi pe YouTube, vei vedea puşti de 15, 16, 17 ani care îşi concep propriile emisiuni tip concurs şi folosesc aceeaşi limbă”.

M-am gândit la jocurile care îmi ocupaseră timpul şi îmi atrăseseră atenţia de curând. Aproape fără excepţie erau remarcabil de simple. Mai devreme am menţionat jocul

Canabalt al lui Adam Salisman, iar acesta este un

exemplu perfect.92 Obiectivul este să controlezi un om care fuge de o ameninţare extraterestră ambiguă într-un peisaj futurist, sărind de pe o clădire pe alta şi mişcându-se cu viteză din ce în ce mai mare pe măsură ce înaintează. Jocul stabileşte viteza, aşa că tot ce ai de făcut e să apeşi pe ecran în momentul în care vrei ca personajul să sară. În timpul unui zbor transatlantic deosebit de turbulent am reuşit să mă detensionez jucând acest joc iar şi iar. Simplitatea jocului este elementul care te pune pe gânduri. Ştiu că trebuie să fi arătat ca un ciudat, pentru că m-am uitat cândva la un prieten în timp ce juca acest Canabalt. Pe chipul lui se citea concentrarea, corpul era perfect nemişcat, cu excepţia arătătorului care se mişca în stilul desenelor animate, în sus şi în jos, pe măsură ce îşi făcea personajul să sară – încet la început şi apoi din ce în ce mai rapid pe măsură ce se desfăşura jocul. Nu există final la acest joc – poţi să joci veşnic dacă eşti supraom – şi Salisman a fost recunoscut pentru consacrarea unui nou gen de jocuri numit „curse nesfârşite”[17]. Într-un interviu acordat celor de la *Yorker*, creatorul de jocuri Luke Muscat relata: „Îmi amintesc că jucam Canabalt şi pur şi simplu mă întrebam cum de nu i-a mai trecut nimănui prin cap aşa ceva până acum?”. De parcă şi-ar fi dorit să sublinieze simplitatea jocului, Salisman a ajuns la numele ciudat al jocului în timp ce asculta cum nepotul lui de 6 ani contopea cuvintele „cannonball” şi „catapult”.

Decenii întregi jocurile au fost jucate de băieţi la vârsta adolescenţei şi de bărbaţi care nu se maturizaseră. Lucrurile nu mai stau aşa, pentru că jucătorii nu mai au nevoie de console sau de perioade îndelungate de timp liber. Smartphone-urile au schimbat complet peisajul din lumea jocurilor. Luaţi ca exemplu Farmville, jocul pe care WoW l-a integrat în platforma sa. „Farmville era grozav de

17 în original endless runners (n.t.).

popular", spune Frank Lantz, directorul Centrului pentru jocuri de la Universitatea din New York. Aproximativ unul din zece americani a jucat Farmville şi timp de doi ani a fost cel mai popular joc de pe Facebook. Jucătorii trebuiau să construiască o fermă şi să aibă grijă de recolte şi animale virtuale. Jocul dădea dependenţă şi era rapace: odată ce îşi construiau fermele, jucătorii trebuiau să se întoarcă la joc la intervale prestabilite pentru a-şi iriga recoltele. Dacă acestea erau distruse, aşa cum li s-a întâmplat milioanelor de jucători ale căror vieţi şi perioade de somn stăteau uneori în calea revenirii la joc, puteau plăti să îşi „dezofilească" acele recolte. Oamenii au cheltuit sume nespus de mari pentru a-şi răscumpăra neglijenţa. Publicaţia *Time* a spus despre joc că ar fi una dintre cele mai proaste 50 de invenţii posibile din toate timpurile, pentru că „seria de munci fără sens" din el dădea atâta dependenţă.93 „Harvest Moon era foarte asemănător cu Farmville", a spus Lantz, „dar trebuia să deţii o consolă Super Nintendo pentru a-l juca. Ei bine, aceşti oameni care joacă Farmville nu au nevoie de o consolă şi nu are sens pentru ei să se aşeze în faţa unui televizor şi să joace Harvest Moon. Dar uite un joc pe care îl poţi juca cinci minute la muncă sau oricând vrei să iei o pauză. În anumite privinţe este foarte similar cu ceva ce există deja, dar are un nou ritm care se potriveşte cu vieţile acestor oameni. I-a iniţiat pe cei care nu mai jucaseră nimic înainte şi care nu se gândeau la ei înşişi ca fiind jucători şi le-a făcut cunoştinţă cu unele dintre caracteristicile esenţiale care fac jocurile distractive".

Experţii s-ar putea să fi crezut că jocurile erau semnificativ mai tentante pentru bărbaţi decât pentru femei, dar se pare că acea diferenţă e mai degrabă una culturală. Acum, când smartphone-urile au devenit dispozitive care pot reda jocuri, multe dintre cele mai populare jocuri, cum ar fi Farmville, Hollywood al lui Kim

Kardashian şi Candy Crush, sunt jucate mai mult de femei decât de bărbaţi. Nu este nevoie decât de mediul potrivit – şi eliminarea barierelor care nu îi lasă pe începători să îşi ia prima doză – şi vei descoperi un segment nou-nouţ de dependenţi, segment care nu seamănă deloc cu dependenţii de dinaintea lor.

Kimberly Young, psiholog la un mic spital regional din Bedford, Pennsylvania, a consacrat în 1995 expresia „dependenţă de internet", iar în 2010 a inaugurat Centrul pentru dependenţe de internet – primul centru de tratament integrat într-un spital din ţară specializat pe dependenţa de internet.94 Cei mai mulţi dintre dependenţii de internet sunt prinşi de microbul jocurilor. „La mijlocul anilor 2000, pe măsură ce s-a îmbunătăţit infrastructura internetului, dependenţa de internet a devenit o problemă mult mai mare", a spus Young. „Însă, de departe, cele mai mari schimbări au intervenit odată cu apariţia iPhone-ului şi apoi a iPad-ului în 2010". Jocurile au devenit mobile, disponibile oricui avea acces tot timpul la un smartphone. În locul unui şir de băieţi adolescenţi, Young trata deodată şi bărbaţi, şi femei, din toate intervalele de vârstă şi cu toate tipurile de personalitate. Ceea ce îi salvase pe aceştia de la dezvoltarea anterioară a unor dependenţe de internet fusese faptul că jocurile fuseseră în mare parte inaccesibile. Trebuia să te hotărăşti să cumperi o consolă şi trebuia să ai la dispoziţie timp liber cu nemiluita. Cu excepţia băieţilor adolescenţi, cei mai mulţi oameni nu se încadrau în publicul-ţintă din cel puţin o perspectivă. „Toată lumea are acum o tabletă sau un iPhone ori un dispozitiv inteligent, lucru valabil indiferent de vârstă", mi-a spus Young. „Aşa a luat avânt cariera mea". Young spune că stimulentele timpurii menite să îi facă dependenţi pe novici sunt doar începutul. Cele mai convingătoare experienţe îşi păstrează pe termen lung caracterul seducător, oferind beneficii nu doar

începătorilor, ci şi veteranilor.

Jocul Super Mario Bros. al lui Miyamoto era atrăgător pentru neiniţiaţi, desigur, dar avea comori ascunse şi pentru jucătorii cu experienţă. Primul nivel al jocului dezvăluia un tunel secret care le oferea experţilor o scurtătură spre finalul nivelului printr-o cameră subterană plină cu monede. Tunelul le permitea să sară peste instructajul practic al lui Miyamoto şi în acelaşi timp le recompensa perseverenţa printr-o serie de sunete „ding” pe măsură ce Mario aduna monedele subterane. Pentru că Miyamoto şi-a ascuns unele dintre farmece de toată lumea, mai puţin de cei mai devotaţi fani ai jocului, mulţi dintre fanii de la început continuă să revină la Super Mario chiar şi la trei decenii după lansare.

7 Creştere progresivă

Conform Google Books, există mai mult de 30.000 de cărţi despre cum putem „să ne facem viaţa mai uşoară”. Aceste cărţi se concentrează pe o gamă largă de aspecte, inclusiv pe relaţiile amoroase, gestionarea finanţelor, succesul la locul de muncă, vânzări pe ebay, creşterea reţelei de contacte profesionale, viaţa femeii moderne, viaţa bărbatului modern, cum să creşti copii, cum să slăbeşti, să te îngraşi, să îţi menţii greutatea, să îţi creşti masa musculară, să elimini grăsime, cum să dai examene scrise, să produci filme animate, să faci programare, să inventezi produse, să te îmbogăţeşti rapid, să dansezi, să-ţi menţii starea de sănătate, să fii fericit, să trăieşti o viaţă plină de sens, să-ţi însuşeşti obiceiuri sănătoase, să scapi de năravuri şi sute de alte subiecte. Aceste cărţi sugerează că viaţa noastră e destul de grea şi că ne-ar fi mai bine dacă am învăţa să înlocuim greutăţile cu lucruri făcute fără efort. Însă cele mai multe dintre aceste cărţi nu au fost scrise pentru cei care se confruntă cu mari greutăţi şi există foarte puţine dovezi în sprijinul ideii că oamenii cu vieţi obişnuite ar deveni mai fericiţi dacă ar înlocui

provocările cu o lipsă de efort. Ştim asta pentru că oamenii nu par să îmbrăţişeze uşurinţa atunci când li se oferă şi această alternativă.

În vara lui 2014, opt psihologi au publicat în prestigioasă publicaţie *Science* o lucrare despre cum reacţionează oamenii atunci când li se dă ocazia să îmbrăţişeze uşurinţa? * în timpul unui experiment le-au cerut unor studenţi să stea în linişte zece sau 20 de minute. „Scopul vostru", le-au spus, „este să vă distraţi cu propriile gânduri cât de bine puteţi. Adică scopul vostru ar trebui să fie să aveţi o experienţă plăcută şi nu să vă petreceţi timpul concentrându-vă la activităţile de zi cu zi sau la aspecte negative". E dificil de închipuit că un experiment psihologic ar putea fi mai puţin solicitant. (Primul experiment pe care l-am coordonat eu, în urmă cu aproape 15 ani, era conceput să măsoare cum se comportau oamenii atunci când erau trişti. Am expus 100 de studenţi la o scenă din *The Champ*[18] în care tânărul Ricky Schroder plânge în timp ce tatăl lui, interpretat de Jon Voight, îi moare în braţe. Scena este votată cu regularitate ca fiind „cea mai tristă scenă din cinematografie" şi inclusiv studenţii cei mai veseli au plecat supăraţi când au ieşit din laborator. Aşa că nu e chiar atât de rău să îi rogi pe oameni să stea în linişte cu gândurile lor plăcute.)

Coordonatorii experimentului au adăugat încă ceva la studiu. I-au conectat pe studenţi la un aparat care administrează şocuri electrice şi le-au administrat o mostră de şoc pentru a le demonstra că experienţa şocului nu este plăcută. Nu este chinuitoare, dar e undeva între înţepătura unei seringi şi o durere de măsea straşnică. Chiar înainte să părăsească incinta, cercetătorul le-a spus studenţilor că şocul urma să fie disponibil în timp ce

18 Campionul, 1979, regia Franco Zeffirelli, cu Jon Voight, Faye Dunaway (n.r.).

meditau în linişte, că puteau să retrăiască senzaţia, dacă îşi doreau, dar că „depinde doar de voi dacă faceţi asta – este alegerea voastră”.

Un student – un bărbat, în caz că eraţi curioşi – şi-a administrat şocul de 190 de ori. Asta înseamnă o dată la fiecare şase secunde, iar şi iar, timp de 20 de minute. El a fost un caz extrem, dar două treimi dintre studenţii de sex masculin şi aproximativ o treime dintre studente şi-au administrat şocul cel puţin o dată. Mulţi şi-au administrat şocul de mai multe ori. Cu toţii avuseseră parte de experienţa şocului înainte de începerea experimentului, aşa că era mai mult decât curiozitate. Aşa cum recunoscuseră ei înşişi într-un chestionar pe care îl completaseră cu doar câteva minute mai devreme, nu consideraseră experienţa ca fiind plăcută. Aşa că au preferat să îndure neplăcerea unui şoc în loc să stea tăcuţi cu gândurile lor. În cuvintele cercetătorilor, „cei mai mulţi oameni preferă să facă ceva decât să nu facă nimic, chiar dacă acel ceva înseamnă o experienţă negativă”. După cum arată cele 30.000 de cărţi, s-ar părea că într-o anumită măsură ne dorim o viaţă mai uşoară – dar mulţi preferăm să întrerupem o perioadă de plăcere moderată cu o doză moderată de greutăţi.

David Goldhill a explicat de ce este esenţial să te confrunţi cu anumite greutăţi. „Oamenii nu înţeleg de ce vedetele din filme sunt adesea profund nefericite”, a spus Goldhill. „Închipuiţi-vă că aţi cuceri o fată în fiecare noapte şi niciodată nu ar trebui să plătiţi pentru vreo masă. Un joc în care se câştigă mereu ar fi plictisitor pentru cei mai mulţi dintre oameni”. Jocul pe care l-a descris Goldhill sună tentant la suprafaţă, dar devine rapid plictisitor. Într-o anumită măsură, toţi avem nevoie de pierderi, dificultăţi şi provocări, pentru că fără acestea s-ar diminua entuziasmul succesului, treptat, cu fiecare nouă victorie. De aceea petrec oamenii atât de mult timp liber cu

rebusuri dificile şi cu escaladarea munţilor periculoşi – pentru că dificultatea provocării este mult mai convingătoare decât să ştii că vei avea succes. Această senzaţie de greutate este unul dintre ingredientele incluse în experienţele care dau dependenţă, inclusiv într-unul dintre cele mai simple jocuri generatoare de dependenţă din toate timpurile: Tetris.

În 1984, Aleksei Pajitnov lucra într-un laborator informatic la Academia rusă de ştiinţe din Moscova? 6 Mulţi dintre oamenii de ştiinţă din laborator lucrau şi la proiecte personale, iar Pajitnov a început să lucreze la un joc video. Jocul împrumuta elemente din tenis şi dintr-o versiune de domino cu piese cu câte patru numere, numită tetromino, aşa că Pajitnov a combinat acele cuvinte, ajungând la Tetris. Pajitnov a lucrat la Tetris mult mai mult decât intenţionase, pentru că nu se putea opri din jucat. Prietenii şi-l amintesc fumând ţigară după ţigară şi plimbându-se agitat de colo-colo pe podelele din beton lustruite ale laboratorului.

Într-un interviu acordat la zece ani după lansarea jocului, Pajitnov şi-a amintit: „Nu vă puteţi închipui. Nu puteam să termin prototipul! începeam să mă joc şi niciodată nu mai aveam timp să termin de scris codul”. În cele din urmă, Pajitnov le-a permis prietenilor de la Academia de ştiinţe să joace şi ei jocul. „I-am lăsat pe alţii să se joace şi mi-am dat seama că nu eram singurul nebun! Toţi cei care puneau mâna pe joc nu se mai puteau opri. Oamenii continuau să joace, să joace, să joace. Cel mai bun prieten mi-a spus: «Nu mai pot trăi fără Tetrisul tău»”. Cel mai bun prieten al lui, Vladimir Pohilko, un fost psiholog, îşi aminteşte că a dus jocul în laboratorul lui de la Institutul medical din Moscova. „Nimeni nu a mai lucrat nimic. Aşa că l-am şters din fiecare calculator. Toată lumea s-a întors la lucru, până când a apărut o nouă versiune în laborator”. Şeful lui Pajitnov, Iuri Ievtuşenko, cel care

coordona Centrul informatic de la Academia rusă de ştiinţe, şi-a amintit că productivitatea centrului se prăbuşise. „Jocul era acaparator şi mulţi dintre angajaţii noştri s-au lăsat purtaţi de val în detrimentul muncii lor”.

Tetris s-a răspândit de la Academia de ştiinţe în restul Moscovei şi apoi în restul Rusiei şi în Europa de Est. Doi ani mai târziu, în 1986, jocul a ajuns în Vest, dar marea lui ocazie s-a arătat în 1991, când Nintendo a semnat o înţelegere cu

Pajitnov. Fiecare dispozitiv Game Boy urma să vină la pachet cu o dischetă gratuită care conţinea o versiune cosmetizată a Tetrisului.

În anul acela am strâns bani şi în cele din urmă mi-am cumpărat un Game Boy şi aşa am ajuns să joc Tetris prima dată. Nu era la fel de strălucitor ca unele dintre celelalte jocuri preferate pe care le aveam, dar, la fel ca Pajitnov, îl jucam ore la rând. Uneori, în timp ce adormeam, îmi imaginam cum cădeau piesele şi formau rânduri complete – o experienţă remarcabil de comună, cunoscută ca Efectul Tetris şi care îi afectează pe cei care au jucat perioade îndelungate orice joc animat. Cei de la Nintendo au fost inspiraţi să includă jocul în noua lor consolă portabilă, pentru că era uşor de învăţat şi foarte dificil de abandonat. Eu am crezut că o să mă plictisesc rapid de Tetris, dar uneori se întâmplă să îl mai joc şi astăzi, după mai bine de 25 de ani. Este longeviv, pentru că ajunge să crească odată cu tine. E uşor la început, dar pe măsură ce devii mai bun şi jocul devine mai dificil. Piesele cad mai repede şi ai mai puţin timp să reacţionezi decât aveai la început. Această creştere progresivă a dificultăţii este o ancoră esenţială care menţine jocul interactiv multă vreme după ce îi vei fi stăpânit mişcările de bază. Această progresie este parţial plăcută şi pentru că şi creierul devine mai eficient pe măsură ce devii mai bun. De fapt, ediţia din 1991 a Cărţii recordurilor Guinness a recunoscut

Tetrisul ca fiind „primul joc video care îmbunătăţeşte funcţionarea şi eficienţa creierului”. Această afirmaţie s-a bazat pe cercetarea unui psihiatru numit Richard Haier care a lucrat la Universitatea din California.

În 1991, Haier s-a întrebat dacă nu cumva încep să se priceapă mai bine creierele noastre la sarcini cognitive dificile după ce exersează puţin. S-a hotărât să observe fenomenul în timp ce nişte indivizi ajungeau să stăpânească un joc, dar şi-a dat seama că nu ştia multe despre lumea modernă a jocurilor, „în 1991 nimeni nu auzise de Tetris”, a spus el într-un interviu acordat câţiva ani mai târziu. „M-am dus la un magazin de calculatoare ca să văd ce aveau şi vânzătorul mi-a spus: «Uite, încearcă asta. Tocmai l-am primit». Tetris era jocul perfect, era simplu de învăţat, trebuia să exersezi ca să devii bun şi avea un ritm bun al învăţării”.

Aşa că Haier a cumpărat câteva jocuri Tetris pentru laboratorul lui şi i-a urmărit pe participanţii la experiment în timp ce jucau. A descoperit într-adevăr schimbări neurologice odată cu acumularea experienţei – anumite părţi ale creierului se îngroşau şi activitatea cerebrală încetinea, sugerând că creierele experţilor lucrau mai eficient – dar, mai relevant aici, el a descoperit că subiecţii lui savurau experienţa jocului. S-au înscris să joace timp de 45 de minute pe zi, cinci zile pe săptămână, până la opt săptămâni. Veniseră pentru experiment (şi pentru banii pe care îi primeau pentru participare), dar au rămas pentru joc.

O caracteristică satisfăcătoare a jocului este senzaţia de a construi ceva – că eforturile tale iau forma unui turn alcătuit din cărămizi colorate şi care e plăcut ochiului. „Haosul vine spre tine sub forma unor piese aleatorii, iar treaba ta e să le pui în ordine”, spunea Pajitnov. „Dar imediat ce construieşti linia perfectă, aceasta dispare. Tot ce rămâne este ceea ce nu reuşeşti să pui în ordine”.

Mihail Kulaghin, prietenul lui Pajitnov şi coleg programator al acestuia, îşi aminteşte că simţea un impuls puternic să îşi corecteze greşelile. „Tetris este un joc cu o foarte puternică motivaţie negativă. Niciodată nu vezi foarte bine ce ai făcut cu succes, iar greşelile le vezi pe ecran. Şi întotdeauna vrei să le corectezi”. Pajitnov i-a dat dreptate. „Ce îţi sare în ochi sunt greşelile urâte pe care le-ai făcut. Şi asta te împinge tot timpul să le îndrepţi”. Jocul îţi permite să simţi câteva clipe de încântare în timp ce îţi arată linia completată, licărind înainte să dispară, iar apoi îţi lasă doar greşelile. Aşa că o iei iar de la început şi încerci să completezi încă o linie pe măsură ce jocul devine mai alert, iar degetele îţi sunt forţate să danseze cu viteză şi mai mare printre butoane.

Pajitnov şi Kulagin au fost stimulaţi de acest sentiment al perfecţionării, senzaţie care s-a dovedit a fi profund motivantă. Într-un experiment coordonat de Michael Norton, Daniel Mochon şi Dan Ariely, profesori de administrare a afacerilor, studenţii intrau într-un laborator şi fie asamblau o cutie de depozitare de la IKEA, fie îi aştepta acolo o cutie deja asamblată? 7 Cercetătorii i-au întrebat pe studenţi cât ar fi dispuşi să plătească pentru cutie (înţelegerea fiind că s-ar putea să trebuiască să plătească efectiv acea sumă). Cei care asamblaseră cutia au licitat cu 63% mai mult decât cei care licitau pentru o cutie deja făcută. Cu toţii licitau pentru exact acelaşi obiect. Această diferenţă – 78 de cenţi faţă de 48 de cenţi – reprezintă valoarea pe care oamenii o atribuie creaţiilor proprii. În alt experiment studenţii au fost dispuşi să plătească 5 cenţi pentru o figurină origami făcută stângaci de altcineva, dar 23 de cenţi – de patru ori şi încă puţin mai mult – pentru propria creaţie origami (la fel de stângace). Când li s-a cerut să liciteze pentru creaţii origami făcute de experţi, care erau în mod obiectiv mult mai impresionante, au licitat doar 27 de cenţi – doar cu 4

centi în plus pentru un produs cu mult superior. Alte studii au arătat că suntem motivaţi şi să construim mai mult cu piese Lego în momentul în care produsele complete – rezultatul muncii noastre de construcţie – rămân expuse în faţa noastră, faţă de situaţia în care ne sunt luate imediat ce le terminăm. Sentimentul de a crea ceva care necesită muncă, efort şi pricepere este una dintre forţele importante din spatele acţiunilor care dau dependenţă şi care altfel şi-ar pierde strălucirea în timp. De asemenea, subliniază şi o diferenţă perfidă între dependenţa de substanţe şi cea de comportamente: în timp ce dependenţele de substanţe sunt clar distructive, multe dependenţe comportamentale sunt acţiuni subtil distructive, ascunse sub măşti creative. Iluzia progresului te va ajuta în timp ce obţii scoruri mari, în timp ce aduni mai mulţi oameni care să-ţi urmărească activitatea sau în timp ce petreci mai multă vreme la muncă, aşa că te vei zbate chiar mai tare să scapi de nevoia de a continua.

Cu şase decenii înainte ca Pajitnov să lanseze jocul Tetris, un psiholog rus pe nume Lev Vîgotski analiza cum asimilează copiii noi aptitudini. La fel ca Pajitnov, Vîgotski şi-a petrecut cei mai productivi ani la Universitatea de stat din Moscova. Era evreu, ceea ce era un handicap semnificativ chiar şi pentru cei mai remarcabili studenţi aspiranţi. Dar Vîgotski a avut noroc şi şi-a câştigat locul prin „loteria evreiască” anuală organizată de universitate, eveniment care hotăra care dintre evreii înscrişi urmau să intre în cota de evrei de „nu mai mult de trei procente”. Din păcate, Vîgotski s-a îmbolnăvit şi a murit la 37 de ani. Însă a fost extrem de productiv în timpul scurtei sale vieţi şi una dintre cele mai mari contribuţii ale sale explică de ce Pajitnov şi colegii lui au fost atât de atraşi de Tetris.

Vîgotski a explicat că puştii învaţă cel mai bine şi sunt cel mai motivaţi atunci când ceea ce învaţă este la un nivel *imediat* superior faţă de aptitudinile lor din acel

moment? 8 în contextul sălii de clasă asta înseamnă că un profesor îi îndrumă să depăşească obstacolul reprezentat de sarcină, dar nu într-atât de mult încât aceştia să simtă că aptitudinile lor existente la acel moment nu au fost utile în raport cu descoperirea soluţiei la sarcină. Vîgotski a numit aceasta „zona proximei dezvoltări", pe care a şi reprezentat-o în această diagramă simplă:

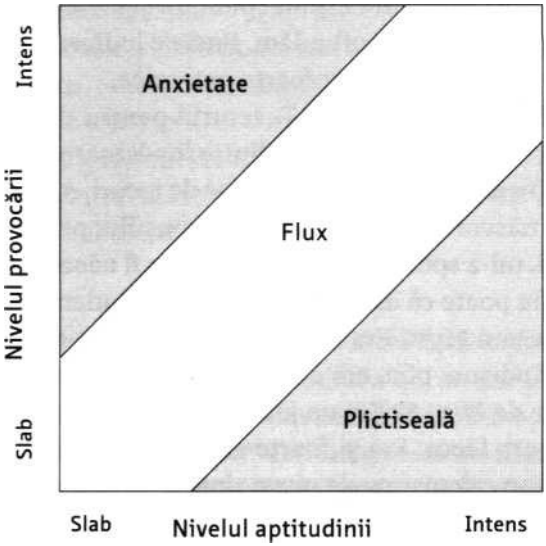
LUCRURI PE CARE ÎNVĂȚĂCELUL NU LE POATE FACE DELOC
ZONA PROXIMEI DEZVOLTĂRI (LUCRURI PE CARE ÎNVĂȚĂCELUL LE POATE FACE DACĂ PRIMEȘTE AJUTOR)
LUCRURI PE CARE ÎNVĂȚĂCELUL LE POATE FACE FĂRĂ SĂ PRIMEASCĂ AJUTOR

Atunci când se joacă, adulţii nu sunt instruiţi de un profesor – dar un joc bine conceput dă iluzia îndrumării. (Amintiţi-vă de primul nivel al jocului Super Mario Bros. al lui Shigeru Miyamoto, care îi purta pe jucătorii noi prin elementele de bază ale jocului.) Cei care joacă Tetris, indiferent de aptitudinile lor, îşi petrec cea mai mare parte a timpului în zona proximei dezvoltări. La fel ca participanţii la experimentul lui Haier, se luptă cu cel mai lent nivel al jocului până când îşi dezvoltă încet o senzaţie de stăpânire care le permite să joace al doilea nivel, apoi al treilea şi tot aşa. Dificultatea jocului creşte progresiv – dar

aptitudinile ţin pasul – sau mai degrabă sunt la un nivel imediat sub cel mai dificil nivel la care au reuşit să ajungă.

Zona proximei dezvoltări oferă o motivaţie profundă. Nu doar înveţi eficient; ci te şi bucuri de proces. În 1990, un psiholog ungur, Mihaly Csikszentmihalyi, a publicat *Flow*\ o carte clasică despre beneficiile psihice ale depăşirii unei provocări. (Unul dintre profesorii mei mi-a spus să îi pronunţ numele lui Csikszentmihalyi ca şi cum aş spune „chick-sent-me-high", lucru pe care mi l-am amintit întotdeauna.) Csikszentmihalyi observase că mulţi artişti se lăsau profund furaţi de actul creator – atât de profund încât puteau să treacă ore întregi fără să simtă nevoia să mănânce sau să bea. Aşa cum a explicat Csikszentmihalyi, atunci când oamenii se lasă cuprinşi de flux – cunoscut şi ca a intra „în zonă" – se cufundă atât de mult în sarcina la care lucrează încât pierd noţiunea timpului. Unii vorbesc despre o senzaţie profundă de bucurie sau extaz atunci când intră în zonă; o euforie rară şi durabilă care pare să se arate doar în aceste ocazii rare caracterizate de provocări şi de abilitatea de a depăşi la limită acele provocări. (Aşa cum a recunoscut Csikszentmihalyi, fluxul este de secole o parte semnificativă a multor filosofii orientale şi religii. Contribuţia lui majoră a fost rafinarea şi adaptarea ideii pentru un public nou.) Csikszentmihalyi a lucrat la o diagramă utilă care arată de ce creşterea progresivă a dificultăţii este o parte atât de importantă a fluxului: [19]

19 Carte apărută şi în limba română cu titlul Flux. Psihologia fericirii, traducere din engleză de Monica Lungu, Editura Publica, 2015 (n.t.)-



Fluxul – canalul care se desfăşoară între zona din stânga jos şi cea din dreapta sus a diagramei – descrie experienţa confruntării unei provocări medii cu nivelul necesar de abilitate pentru a depăşi acea provocare. Ambele ingrediente sunt esenţiale. Dacă provocarea este intensă, dar nu eşti suficient de priceput, vei resimţi anxietate; dacă ai aptitudini, dar provocarea e slabă, te vei plictisi.

În contextul jocurilor, experţii numesc această senzaţie *bucla ludică* – din latinescul *ludere*, care înseamnă jucăuş. Intrăm într-o buclă ludică atunci când, imediat după ce ne-am bucurat de scurtul fior aferent rezolvării unui element din ansamblu, apare un nou element incomplet. Bucla ludică poate să apară în timpul unui joc solicitant, într-un joc de cuvinte dificil, în sarcini de lucru repetitive, dar care ne stimulează, pe aparatele de jocuri de noroc electronice care ne oferă mici câştiguri între multe pierderi şi în nenumărate alte experienţe în care ne cufundăm. Buclele ludice, la fel ca toate experienţele din flux, sunt foarte puternice.

Când am vizitat reSTART, centrul pentru dependenţi de internet, am întrebat-o pe una dintre fondatoare, Cosette Rae, dacă ea fusese vreodată dependentă de jocuri. A fost norocoasă că s-a născut cu câţiva ani înaintea puştilor pe care îi tratează astăzi, mi-a spus aceasta. „Dacă m-aş fi născut cu zece ani mai târziu poate că aş fi devenit şi eu dependentă. Îmi amintesc că jucam Myst. Era minunat! Dar era lent şi se bloca, iar eu mă gândeam, pfiu, am deja prea multe de făcut”. Şi eu îmi amintesc de Myst.99 Era un joc de aventură cu diferite avataruri, superb făcut. Era şi foarte greoi, pentru că la începutul anilor 1990 calculatoarele pur şi simplu nu puteau să facă faţă solicitărilor la care erau supuse cipurile de memorie şi plăcile grafice sau de sunet. În anul 2000, o revistă cu numele *IGN* a publicat un editorial cu titlul „Mai merită jucat astăzi cel mai bine vândut joc pentru calculator?”. Concluzia era: nu. Myst îmbătrânise teribil şi să-l joci „era ca şi cum te-ai uita la programele TV de mare succes din anii 1970. «Se uita lumea la aşa ceva?», te întrebi îngrozit”. Pacienţii de la reSTART joacă acum jocuri inspirate de Myst şi de contemporanii lui. Marea diferenţă este că rulează lin, grafica le este fără cusur şi aproape că nu te forţează vreodată să-ţi reporneşti calculatorul.

Ceea ce jucătorii înrăiţi percep a fi progres, Rae vede ca fiind periculos. Experienţa ei cu Myst a inspirat-o, cincisprezece ani mai târziu, să creeze bariere artificiale care să întrerupă formarea buclelor ludice. Ea nu îşi doreşte să aibă experienţe în flux acolo unde simt implicate jocuri, telefoane, e-mailuri şi internet. „Când analizezi de ce folosesc oamenii aceste dispozitive mai rar, afli că au ajuns să fie enervante – un obstacol. Obişnuiam să îmi cumpăr cele mai recente şi cele mai bune dispozitive tehnologice, cele mai noi şi cele mai bune programe pentru calculator, şi am învăţat, ca strategie de diminuare a pagubelor, să aştept doi sau trei ani înainte de

a cumpăra un produs. Şinele dependent vrea mai multă putere şi mai multă viteză, acces rapid, ce e mai nou şi ce e mai bun. Aşadar, îmi încurajez prieteneşte şinele non-dependent şi îi spun «bravo!» – că nu te-ai dus să-ţi cumperi noul iPhone; că nu ţi-ai actualizat calculatorul”.

Nu toată lumea evită tentaţiile cu atâta determinare. La fel ca Aleksei Pajitnov cu 30 de ani înaintea lui, un designer irlandez de jocuri pe nume Terry Cavanagh juca fără oprire unul dintre propriile sale jocuri.100 Cavanagh este un creator prolific, dar este cunoscut în mod special pentru un joc numit Super Hexagon. Jocul aparţine unui gen cunoscut sub numele de jocuri „de reflex” pentru că necesită dezvoltarea unor reacţii foarte rapide, aproape supraomeneşti. Obiectivul este îndrumarea unei săgeţi de mici dimensiuni în jurul unui traseu circular amplasat în centrul ecranului, în timp ce încerci să păstrezi distanţa de pereţii care se apropie, preţ de 60 de secunde. Spre deosebire de multe jocuri care prind la public, acesta nu începe progresiv – e dificil de la primul nivel. (închipuiţi-vă că Tetris ar începe cu ritmul nivelului 8.) Chiar şi cel mai lent dintre cele şase niveluri ale jocului este neiertător, iar eu a trebuit să joc multe ore până să trec de acel nivel. (în continuare nu am depăşit vreodată cel de-al treilea nivel al jocului.) Super Hexagon este atât de dificil încât unii designeri îl numesc „masocore” – un joc aproape de cruzime – „masochist” – care pedepseşte.[20]

În timp ce rafina Super Hexagon în 2011 şi 2012, Cavanagh l-a jucat iar şi iar. A observat, aşa cum i s-a întâmplat lui Pajitnov cu primele versiuni ale Tetrisului, că făcea progrese rapid. Ceea ce păruse iniţial dificil devenise uşor prin exerciţiu, iar acest sentiment de stăpânire dădea dependenţă. „Cred că, dacă poţi termina primul nivel şi îţi place, poţi termina tot jocul”, a spus Cavanagh în timpul

20 „Twitch games", în original (n.r.).

unui interviu. „Am văzut asta la cei care au testat varianta beta – se gândeau că «ei bine, chestia asta e pur şi simplu prea dificilă pentru mine» şi apoi ajungeau în punctul în care reflexele le erau suficient de bune şi înţelegeau jocul suficient de bine încât chiar puteau să îl termine. Despre asta este jocul. Ar trebui să fie o provocare de depăşit”.

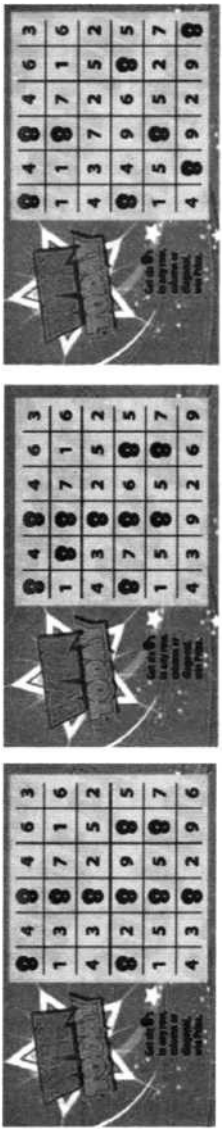
Jocul a fost un mare succes în comunitatea jocurilor indie şi a câştigat câteva premii importante în 2012 şi 2013. Dar în ciuda faptului că atrăgea o mulţime de fani, Cavanagh avusese un avantaj de la bun început şi părea să fie cel mai bun jucător de Super Hexagon din lume. În septembrie 2012, la o conferinţă numită Fantastic Arcade, a jucat cel mai greu nivel al jocului în faţa unui public numeros. Puteţi să îi urmăriţi reprezentaţia uluitoare pe YouTube. Timp de 78 de secunde execută o serie de mişcări rapide care sunt dificil şi de urmărit, darămite să le poţi face tu însuţi. Săgeata micuţă tot sare pe ecranul proiectat în spatele lui Cavanagh şi mulţimea răsuflă uşurată când termină jocul. Sărbătoreşte spunând încet, destul de timid, că „acum există un procent mult mai mare de oameni care să fi văzut acest final”.

La început, Super Hexagon pare să fie prea dificil pentru a fi tentant, dar Cavanagh a integrat o serie de ancore care să îi împiedice pe începători să renunţe. Un joc mediu durează la început doar câteva secunde şi rareori ţine mai mult de un minut, ceea ce înseamnă că niciodată nu investeşti prea mult timp şi energie într-o singură tură. „Pentru că e atât de scurt, eu sper că este destul de tentant”, a spus Cavanagh. „Sunt foarte mulţumit de felul în care funcţionează acest aspect al jocului. Nu există niciun moment în care să simţi cu adevărat că pierzi din progres, nici măcar atunci când eşuezi la finalul unei ture de 59 de secunde. Imediat te apuci de ea din nou, pentru că jocul este calibrat în aşa fel încât să nu îl simţi ca un eşec”. Imediat ce se termină, jocul începe iar, fără

pauză. Nu îţi dă timp să te lamentezi după înfrângere şi, înainte să-ţi dai seama, te concentrezi deja la o nouă rundă, de parcă seria de eşecuri de dinainte nu s-ar fi întâmplat niciodată. Bucla ludică este menţinută şi nu eşti niciodată smuls din flux. Coloana sonoră a jocului are acelaşi efect. „Muzica începe dintr-un punct aleatoriu atunci când o iei de la început”, a spus Cavanagh. „Dacă muzica ar fi început de fiecare dată de la începutul începutului, atunci de fiecare dată când pierdeai te-ai fi simţit cam aşa: «Of, am pierdut şi trebuie să o iau iar de la capăt». Este cu adevărat important să nu te simţi aşa, să nu simţi că ai pierdut”.

Şi mai era ceva la Super Hexagon care m-a vrăjit: senzaţia că victoria era foarte aproape. Sigur, primele câteva sute de tentative le-am terminat cu eşecuri, dar întotdeauna am avut acea senzaţie, că printr-o scurtă apăsare a butonului voi fi îndrumat mica săgeată în direcţia opusă zidului care se apropia. Eram sigur că data viitoare voi termina la timp nivelul. Astfel de *aproape-victorii*, situaţii în care eşti sigur că te apropii de câştig, în ciuda faptului că eşuezi exact înainte de a izbândi, dau mare dependenţă – de fapt, adesea mai mult decât câştigurile autentice.

Ştim asta dintr-o lucrare pe care au publicat-o în 2015 două profesoare de marketing.101 în cadrul unui experiment au cerut unui grup de cumpărători să răzuiască lozuri. Lozurile care aveau numărul opt de şase ori la rând îi aduceau norocosului cumpărător un premiu de 20 de dolari. Coordonatorii experimentului au conceput lozurile în aşa fel încât să afişeze o victorie (jos), o aproape-victorie (centru) sau un eşec categoric (sus).



Cei mai mulţi cumpărători răzuiau lozurile începând din colţul din stânga sus şi continuând spre colţul din dreapta jos, ceea ce însemna că descopereau rapid dacă se aflau în condiţia de „eşec categoric”. Cei din celelalte două situaţii experimentale beneficiau de un debut grozav, dar

în cele din urmă câştigătorii câştigau, iar aproape-câştigătorii pierdeau în momentul în care ajungeau la esenţialul rând final. În acest studiu şi în altele participanţii la experiment desfăşurau o altă activitate după ce câştigau sau pierdeau, în timp ce coordonatorii le monitorizau discret comportamentul. În fiecare caz, cei care aproape-câştigaseră au fost mai motivaţi şi mai hotărâţi, indiferent ce făceau. Au cumpărat mai multe produse din magazine, au ordonat mai rapid şi mai eficient o serie de cartonaşe numerotate şi au mers mai repede pentru a obţine o recompensă fără legătură. Cercetătorii au descoperit chiar şi că salivau mai mult – produceau mai multă salivă – după o aproape victorie faţă de situaţia unei înfrângeri categorice. Experienţa unei aproape-victorii ne pune pe jar şi ne impulsionează să facem ceva – orice – pentru a uşura senzaţia de dezamăgire care urmează după un eşec pe ultima sută de metri. Alţi cercetători au descoperit tipare similare, sugerând, de exemplu, că pariorii înrăiţi preferă să joace mai degrabă jocuri care duc la aproape-victorii în 30% din ture decât atunci când duc la aproape-victorii în 15% din ture sau deloc.

Aproape-victoriile semnalează că succesul este aproape. De aceea am continuat să joc Super Hexagon, în ciuda nenumăratelor eşecuri. În contextul unui joc de îndemânare, aşa ceva este perfect logic – o aproape-victorie transmite semnalul util că suntem aproape de a câştiga. Cu exerciţiu şi efort suntem predispuşi să atingem acel obiectiv. Dar uneori acel semnal nu înseamnă nimic, mai ales atunci când jocul se bazează exclusiv pe noroc. După cum mi-a spus antropologul Natasha Dow Schiill, aşa îi prind în mreje cazinourile pe pariori. Câştigurile la automatele cu jocuri de noroc electronice par să fie năucitor de aproape, când, de fapt, nu există niciun fel de diferenţă concretă între o aproape-victorie şi un eşec categoric. Niciuna dintre variante nu transmite semnalul

că ai şanse mai mari sau mai mici să câştigi premiul cel mare în viitor, din moment ce este ilegal să modifici probabilităţile de câştig la orice tură anume.102

A doua cea mai mare problemă cu jocurile de noroc cu fise este că te momesc. Nu poţi să treci pe lângă un astfel de aparat care să fie bine conceput şi să nu încetineşti măcar ca să te uiţi puţin. Totuşi cea mai mare problemă este că refuză să te lase să te opreşti din jucat odată ce începi. Ceea ce fac cel mai bine este să îţi distrugă şansa de a te opri.

În anii 1990, psihologul Paco Underhill a devenit cunoscut pentru că a urmărit mii de ore de înregistrări surprinse de camerele de luat vederi dintr-un magazin.10* Camerele au înregistrat tot felul de comportamente de cumpărare, dintre care multe banale, dar unele au fost interesante şi utile pentru patronii magazinului care îi solicitaseră ajutorul lui Underhill. Una dintre cele mai cunoscute observaţii făcute de Underhill a fost aşa-numitul *efect de atingere a fundului*. În magazinele aglomerate, unde rafturile cu mărfuri sunt aşezate la doar câţiva centimetri distanţă între ele, clienţii sunt forţaţi să se strecoare unii pe lângă alţii. Înregistrările lui Underhill au surprins sute de astfel de atingeri între posterioare, iar el a observat un tipar comportamental interesant: imediat ce erau atinse femeile, şi bărbaţii într-o mai mică măsură, aveau tendinţa să se oprească din scrutat şi adesea plecau din magazin cu mâna goală. Aceste intersectări fizice costau magazinele o mulţime de bani, aşa că el a trimis o echipă care să investigheze de ce. Abandonau clienţii magazinul ca o formă de protest? Erau dezgustaţi de ideea de a atinge un străin? De fapt, clienţii habar nu aveau că reacţionau la aceste atingeri. Recunoşteau că ieşiseră din magazin, dar aproape întotdeauna spuneau că nu avusese nimic de-a face cu prezenţa altor cumpărători. Uneori aveau un motiv întemeiat pentru care plecaseră – întârziau

la o întâlnire sau trebuiau să îşi ia copiii de la şcoală –, dar tiparul chiar era prea puternic pentru a fi ignorat. Ceea ce identificase Underhill era o *regulă de oprire* – un semnal care le spunea clienţilor să se oprească din cumpărat. Regula nu era ceva ce puteau explica aceşti clienţi, dar era acolo, modelându-le oricum comportamentul.

Avem tendinţa să trecem cu vederea motivele pentru care ne oprim din ceva, pentru că adesea pare mai important pe termen scurt să ne întrebăm de ce încep oamenii să fac ceva nou, şi nu de ce se opresc din a face ceva vechi. Dacă vindeţi ceva, prima întrebare este mai degrabă cum puteţi să îi încurajaţi pe oameni să folosească produsul vostru, şi nu cum îi veţi opri să treacă la altul. Dacă sunteţi un doctor care încearcă să îşi încurajeze pacienţii să facă mişcare, prima întrebare este cum îi puteţi convinge să înceapă să se mişte – nu cum îi puteţi păcăli să se ţină de asta. Şi, dacă sunteţi profesor, prima voastră întrebare este mai degrabă cum puteţi să îi încurajaţi pe elevi să înveţe decât cum îi puteţi motiva să continue să înveţe în timp. Trebuie să vă întrebaţi de ce încep oamenii să facă lucruri înainte să vă întrebaţi de ce se opresc, dar regulile de oprire au un rol uriaş, care adesea este trecut cu vederea în influenţarea comportamentelor obsesive şi care dau dependenţă.

Din păcate, aceleaşi tehnologii noi care ne fac viaţa mai uşoară ne şi încurcă regulile de oprire. Tehnologiile tip accesoriu, cum ar fi Apple Watch şi Fitbit, vă permit să vă monitorizaţi antrenamentele, dar în acelaşi timp vă descurajează să daţi atenţie indiciilor din interiorul corpului care v-ar spune că sunteţi epuizaţi. Atât Katherine Schreiber, cât şi Leslie Sim, cele două experte în dependenţa de exerciţii fizice pe care le-am menţionat mai devreme, cred că tehnologiile de tip accesoriu agravează problema. „Tehnologia joacă un rol chiar şi în direcţia consolidării atitudinii faţă de calcul”, mi-a spus Schreiber.

„De exemplu, întăreşte ideea de cât de multă atenţie acordăm unei plimbări cu un anumit număr de paşi sau de câte ore de somn în fază REM [Rapid Eye Mouvement]

beneficiem. Eu nu am folosit niciodată un astfel de dispozitiv, pentru că ştiu că m-ar înnebuni.104 Este un factor declanşator pentru tot felul de comportamente care dau dependenţă”. Sim a comparat dispozitivele Fitbit cu număratul de calorii, care „nu ne ajută să ne gestionăm mai bine greutatea: doar ne fac să devenim mai obsesivi”. Număratul de calorii ne face să devenim mai puţin intuitivi în raport cu ce mâncăm, iar Sim s-a întrebat şi dacă nu cumva ne-au făcut tehnologiile purtabile mai puţin intuitivi în raport cu activitatea fizică. Unii dintre pacienţii ei spun chestii ca „dacă am reuşit să fac numai paisprezece mii de paşi astăzi, chiar dacă simt foarte obosit şi am nevoie de odihnă, trebuie să ies şi să îmi fac cei două mii de paşi restanţi”. Şi aceste rezultate sunt îngrijorătoare, pentru că cea mai sănătoasă abordare a exerciţiilor fizice cu moderaţie şi a nutriţiei corecte este să ne bucurăm de ele – să cultivăm o preferinţă intrinsecă pentru salate şi plimbări de 30 de minute în detrimentul hamburgerilor şi al sedentarismului. Din păcate, număratul de calorii şi paşi ne sufocă motivaţia intrinsecă printr-un semnal care spune că suntem sănătoşi doar pentru că încercăm să atingem obiective numerice.

Aceeaşi tehnologie care îi face pe oameni să facă mişcare în exces îi şi leagă de locul de muncă 24 de ore pe zi.1Q5 Până de curând, oamenii lăsau munca în urmă odată ce plecau de la birou, dar acum, concomitent cu apariţia telefoanelor inteligente, a tabletelor, a conexiunilor la distanţă şi a e-mailurilor la care avem acces de oriunde, acea regulă de oprire nu mai este valabilă. Începând cu sfârşitul anilor 1960, dar mai ales în ultimele două decenii, lucrătorii japonezi tot vorbesc şoptit despre *karoshi*, ceea ce înseamnă literal „moarte din cauza

lucrului în exces”. Termenul se aplică angajaţilor, mai ales directorilor de nivel mediu şi înalt, care se străduiesc din răsputeri să se oprească din munca lor la sfârşitul zilei. În consecinţă, mor prematur din cauza unor atacuri cerebrale, infarcte şi a altor afecţiuni generate de stres. De exemplu, în 2011 media a vorbit despre un inginer care a murit la birou, într-o companie care se ocupa cu tehnologia calculatoarelor – Nanya. Inginerul lucrase între 1 bei 19 ore pe zi, uneori de acasă, iar autopsia sugera că ar fi murit din cauza unui „şoc cardiogenic”.

O temă recurentă în cazurile de karoshi este faptul că victimele petrec la locul de muncă mult mai mult timp decât este necesar. Adesea sunt persoane de succes, care au suficienţi bani. Bunăstarea lor imediată nu depinde de cât de mult timp petrec la muncă, dar, dintr-un motiv sau altul, par să nu se poată opri. În 2013, Chris Hsee, profesor de administrare a afacerilor la Universitatea din Chicago, a scris o lucrare alături de trei dintre colegii săi despre motivul pentru care oamenii au reguli de oprire atât de şubrede în raport cu munca. În cadrul unui experiment, cercetătorii le-au dat studenţilor ocazia să câştige bomboane de ciocolată. În timpul experimentului, studenţii puteau fie să asculte muzică plăcută, liniştitoare, fie să îndure un ton enervant. Unii dintre studenţi au câştigat câte o bomboană pentru fiecare 20 de ocazii în care au ascultat tonul. Era neplăcut şi în cele din urmă le aducea studenţilor bomboane de ciocolată (un fel de salariu), aşa că cercetătorii au considerat-o o formă de muncă. În medie, studenţii au câştigat zece bomboane, ceea ce pare să fie un rezultat bun – asta până când vă daţi seama că nu au mâncat decât o medie de patru bomboane la sfârşitul experimentului. Odată ce intrau în bucla câştigării unui salariu, nu se puteau opri nici când aveau suficient în bancă. Erau atât de insensibili la regulile de oprire, încât au petrecut prea mult timp muncind şi

insuficient timp relaxându-se. Aşa cum a descoperit Kent Berridge, neurologul cu care v-am făcut cunoştinţă în capitolul al treilea, uneori oamenii continuă să îşi dorească un comportament multă vreme după ce încetează să le mai aducă bucurie. Studenţii, odată ce deveneau blocaţi pe modul muncă, nu păreau să se poată opri nici măcar când beneficiile muncii scădeau. La finalul lucrării cercetătorii speculau că:

Câştigurile în exces s-ar putea să fie o regulă implicită suprageneralizată. În cea mai mare parte a istoriei omenirii rata câştigurilor a fost mică. Să câştigi şi să acumulezi cât mai mult posibil era o regulă funcţională pentru supravieţuire; indivizii nu trebuiau să-şi facă griji prea mari pentru câştiguri, pentru că nu puteau câştiga prea mult… La fel ca mâncatul în exces, câştigul în exces este o problemă a epocii moderne, care se naşte din progresele făcute la nivelul productivităţii şi presupune potenţiale consecinţe pentru oameni.

Puteţi vedea aceeaşi distrugere a regulilor de oprire şi în alte domenii. Până destul de curând pariorii înrăiţi alimentau aparatele cu bancnote, dar acum joacă pe cârduri care le înregistrează câştigurile şi pierderile. La fel, cumpărătorii plătesc pentru cumpărături cu carduri de credit. În ambele cazuri e dificil să monitorizezi pierderile care se adună şi care ar putea transmite un semnal de oprire, dacă ar fi mai evidente. În loc să vadă cum li se diminuează teancurile de bancnote din portofele, cumpărătorii şi pariorii folosesc un singur cârd care înregistrează la distanţă şi în mod abstract fiecare pierdere şi fiecare cheltuială.

Într-o lucrare clasică, profesorii de marketing Drazen Prelec şi Duncan Simester au arătat că oamenii vor plăti până la de două ori mai mult pentru acelaşi obiect atunci când folosesc o carte de credit decât atunci când plătesc cash.106 Cardurile de credit, la fel ca cele folosite în

automatele de jocuri de noroc electronice, ascund de cheltuitor feedbackul, iar el trebuie să ţină socoteala câştigurilor şi a pierderilor.

American Express a consacrat cândva sloganul „Nu pleca de acasă fără el”, dar Prelec şi Simester au inversat isteţ acel slogan la 180 de grade în momentul în care şi-au intitulat lucrarea „întotdeauna să pleci de acasă fără el”.

Am auzit iar şi iar poveşti similare de la creatorii de jocuri care vorbeau despre o mişcare din ce în ce mai puternică pentru design etic de jocuri. Directorul Centrului pentru jocuri de la NYU, Frank Lantz, mi-a spus că Farmville şi alte jocuri de pe Facebook au avut succes şi pentru că, odată ce te-au prins, nu-ţi mai dau drumul niciodată. „Jocurile de pe Facebook rulează 24 de ore pe zi – sunt jocuri permanente. Nu sunt jocuri pentru care trebuie să începi o sesiune, apoi să joci, să-ţi salvezi rezultatele şi apoi să te întorci mai târziu şi să începi o altă sesiune. Ele rulează pur şi simplu oricând vrei să le joci”. Distracţia nu se termină niciodată, pentru că jocul nu impune propria regulă de oprire. Nu există capitole, sesiuni sau niveluri care să îţi spună când începe şi când se termină sesiunea de joc. Bennett Foddy a confirmat: „Unii designeri sunt cât se poate de mult împotriva jocurilor cu format infinit, cum ar fi, de exemplu, Tetris, pentru că abuzează de o slăbiciune a structurii motivaţiei umane – anume că jucătorii nu vor reuşi să se oprească. În schimb, preferă să facă jocuri care să te prindă până când ajungi la sfârşit – şi atunci se termină şi eşti eliberat”.

Unele jocuri se prefac că aderă la această idee printr-un anunţ care vă spune să vă opriţi şi să luaţi o pauză atunci când sunteţi de prea mult timp în joc. Dar aceste avertizări nu au nicio putere şi, dintr-un anumit punct de vedere, parcă te tachinează să continui să joci. Eu am jucat un joc de strategie care se numea 2048, joc la modă vreme de câţiva ani în metrourile din New York. (Eu am

descoperit jocul întrebând un alt călător din metrou – a zecea persoană pe care o văzusem jucând asta în doar câteva zile – ce juca.) Undeva la începutul jocului apărea un mesaj de tipul: „Mulţumesc. Bucură-te de joc şi nu uita să iei o pauză, dacă ai nevoie!”. Imediat sub acel anunţ există un buton care duce la magazinul de aplicaţii Apple, unde ţi se oferă o mulţime de jocuri care dau la fel de multă dependenţă, multe concepute de aceeaşi echipă de design. Soluţia, cel puţin din punctul de vedere al creatorilor jocului 2048, este să te opreşti din jucat, oferindu-ţi o serie de alte jocuri în loc.

Aşa cum s-a întâmplat cu Tetris şi 2048, oamenilor li se pare irezistibil ţinutul dintre „prea uşor” şi „prea dificil”. Este tărâmul lui suficient-de-provocator pentru jocuri pe calculator, obiective financiare, ambiţii profesionale, obiective în reţelele sociale şi ţeluri pentru fitness. Experienţele care dau dependenţă trăiesc în acest loc în care regulile de oprire se destramă în faţa stabilirii obsesive de noi obiective. Experţii de pe nişa tehnologiei, creatorii de jocuri şi designerii de produs îşi ajustează mărfurile pentru a se asigura că le creşte progresiv complexitatea pe măsură ce utilizatorii îşi dezvoltă înţelegerea şi priceperea.

Suspans

8

Un microbuz derapează de pe un drum de munte şi se balansează pe muchia unei stânci. Microbuzul este o carcasă goală fără scaune. Înăuntru se află unsprezece hoţi şi grămada lor de aur furat. Bărbaţii se îngrămădesc într-un colţ, în timp ce aurul alunecă uşorân direcţia opusă, dezechilibrând microbuzul şi trimiţându-l spre pieire. Unul dintre bărbaţi se târăşte încet spre aur. Singurele sunete care se aud sunt târâitul lui, scârţâitul microbuzului şi şuierul vântului. Ajunge la mai puţin de 60 de centimetri de aur, dar autobuzul se înclină şi mai mult şi

aurul alunecă mai departe decât poate el să ajungă. Apoi se întoarce pe spate, se uită la ceilalţi şi spune calm: „Staţi o clipă, băieţi. Am o idee grozavă”. Povestea se termină.

În vara lui 1969, mii de cinefili s-au bucurat de primele 94 de minute ale filmului *The Italian Job*, dar mulţi au urât asta – ultimul minut, cel de-al 95-lea. Aşa cum chiar ei au spus-o, finalul a fost „ridicol”, „o mizerie pretenţioasă”, „oribil”, „o porcărie”, „frustrant”, „deloc amuzant”, „fără scrupule”, „fără inimă”, „o prostie”, „ca o băutură acidulată complet răsuflată”, „plăcut poate doar dacă ai fi suferit o lobotomie”.10? E nevoie de un final special pentru a provoca o asemenea revoltă şi acel final s-a dovedit a fi lipsa unui final: un moment de suspans, la propriu şi la figurat. Aici problema era că spectatorii se implicaseră în poveste timp de o oră şi jumătate şi, la fel ca toţi oamenii, se aşteptau la un deznodământ. Dacă vi s-a refuzat vreodată să vi se spună poanta de la sfârşitul unei glume, veţi şti că e mai bine să nu fi auzit nimic decât să fi auzit tot, mai puţin deznodământul.

După 40 de ani, lituaniana Bluma Zeigamik, psiholog, a dat peste puterea suspansului.108 îşi savura cafeaua într-o cafenea micuţă din Viena, când a observat că ospătarul care o servea îşi amintea comenzile clienţilor lui cu o claritate supraomenească. Când se apropia de bucătărie ştia să îi spună bucătarului să pregătească ouă Benedict pentru masa cu numărul şapte, o omletă cu şuncă şi cu brânză pentru masa cu numărul doisprezece şi scrob pentru masa cincisprezece. Dar imediat ce ajungeau la mesele şapte, doisprezece şi cincisprezece, le uita cu desăvârşire. Fiecare comandă avea pentru chelner un moment de suspans inclus, care se rezolva în momentul în care felul potrivit ajungea la clientul potrivit. Ospătarul lui Zeigarnik îşi amintea de comenzile în curs de pregătire pentru că nu-i dădeau pace – îl sâcâiau la fel cum autobuzul în balans îi sâcâise pe spectatorii frustraţi care

văzuseră *The Italian Job*. În momentul în care chelnerul ducea la masă fiecare comandă, elementele de suspans ajungeau la un deznodământ şi mintea îi era liberă să se concentreze pe noul punct de suspans pe care i-l aducea următoarea comandă.

Zeigarnik a conceput un experiment menit să dezvăluie efectul cu mai multă atenţie şi a invitat un grup de adulţi în laboratorul ei pentru ca aceştia să lucreze la 20 de scurte sarcini diferite. Unele dintre acestea erau manuale, ca modelarea de figurine din lut şi asamblarea de cutii, iar altele erau cognitive, ca sume aritmetice şi puzzle-uri. Zeigarnik le-a permis participanţilor să finalizeze unele dintre sarcini, dar i-a întrerupt înainte să poată termina altele şi i-a obligat să treacă mai departe, la următoarea sarcină. Participanţii nu se arătau dispuşi să se oprească şi uneori au obiectat destul de puternic. Unii chiar erau furioşi, ceea ce demonstrează cât de multă tensiune provoca Zeigamik prin întreruperile ei. La finalul experimentului le-a cerut să îşi amintească sarcinile, cât de multe puteau.

Rezultatele au fost frapante. La fel ca ospătarul din Viena, participanţii ei şi-au amintit cam de două ori mai multe sarcini neterminate decât finalizate. La început Zeigarnik s-a întrebat dacă nu cumva fuseseră mai memorabile sarcinile neterminate pentru că participanţii avuseseră un mic „şoc” în momentul în care au fost întrerupţi. Dar când a făcut un experiment similar, din nou întrerupându-şi participanţii în timp ce aceştia îndeplineau nişte sarcini, dar acum permiţându-le să le ducă la bun sfârşit, efectul a dispărut. Nu întreruperile fuseseră cele care făcuseră ca sarcinile să rămână memorabile, ci mai degrabă tensiunea aferentă imposibilităţii de a le termina. De fapt, sarcinile întrerupte care au fost finalizate ulterior nu s-au dovedit a fi mai memorabile decât cele duse la bun sfârşit fără întreruperi. Zeigamik şi-a sintetizat astfel

rezultatele: „Când subiectul îşi propune să facă operaţiile impuse de una dintre sarcini, se dezvoltă în interiorul lui şi o cvasinevoie de finalizare a acelei sarcini. Aceasta este ca fenomenul sistemelor în tensiune care tind spre starea de echilibru. Finalizarea sarcinii înseamnă echilibrarea sistemului în tensiune sau eliminarea cvasinevoii. Dacă o sarcină nu este dusă la bun sfârşit, atunci o stare de tensiune se menţine şi cvasinevoia rămâne nesatisfăcută". Aşa s-a născut Efectul Zeigarnik: experienţele incomplete ne ocupă mintea mult mai mult decât cele încheiate.

Odată ce începi să te uiţi după el, Efectul Zeigarnik se vede peste tot. Să ne gândim la cântecele care-ţi rămân în cap – melodii uşor de memorat pe care le auzi în minte iar şi iar. Jeff Peretz, chitarist şi profesor de muzică la Universitatea din New

York, mi-a spus că unele dintre aceste tipuri de cântece ajung la statutul de cult pentru că induc elemente de suspans care nu se rezolvă niciodată. El mi-a atras atenţia la uriaşul succes muzical „September" din 1978, interpretat de Earth, Wind & Fire, o combinaţie de percuţie abruptă şi energie îndrăzneaţă care începe cu versul „îţi aminteşti cea de-a 21-a noapte a lui septembrie?". 1Q9 în 2014, anul în care cântecul împlinea 36 de ani, Verdine White, membru al trupei de multă vreme, a spus într-un interviu că „oamenii se căsătoresc acum pe 21 septembrie. Bursa înregistrează creşteri pe 21 septembrie. Fiecare puşti pe care îl cunosc şi are acum douăzeci şi ceva de ani îmi mulţumeşte pentru că s-a născut pe 21 septembrie. Ei spun că este unul dintre cele mai populare cântece din istoria muzicii până în prezent".

Aceasta a fost epoca de avu: a fenomenului disco şi, în multe privinţe, „September" este un model reprezentativ pentru muzica disco clasică. Dar în alte privinţe este foarte neobişnuit. Multe cântece pop de succes respectă o progresie circulară standard a corzilor –

se lansează ca o rachetă, plutesc o vreme deasupra platformei de lansare şi în cele din urmă închid bucla melodică prin întoarcerea pe Pământ. În lumea ospătarului Blumei Zeigarnik, aceste melodii simt comenzile servite: sunt satisfăcătoare, dar mintea le lasă în urmă când se termină şi începe alt cântec.

Peretz susţine că lucrurile nu stau aşa şi pentru „September”. „Unul dintre aspectele uimitoare ale progresiei armonice a lui «September» este că niciodată nu se încheie. Face o buclă pe care vrei să o tot auzi. Şi de aceea este încă atât de populară până în ziua de azi. Aceeaşi abordare este folosită şi pentru tema principală a cântecului, pentru cor şi pentru refren. Tot continuă şi continuă. Cu siguranţă aceste elemente contribuie la longevitatea sa. Are toate caracteristicile unei aşa-numite *obsesii muzicale*. Iar această reluare în buclă face cu atât mai dificil să scăpăm de ea odată ce ne-a rămas în cap”. La multă vreme după ce vom fi uitat alte cântece, bucla infinită continuă să ne solicite atenţia. La aproape 40 de ani după lansare, „September” rămâne o constantă la petreceri şi nunţi. (Coincidenţa face ca eu şi soţia să ne fi căsătorit în seara de 21 septembrie, în 2013, iar DJ-ul nostru a avut instrucţiuni clare să includă cântecul în program.)

Elementele de suspans din „September” nu se clarifică niciodată, dar unele cântece rezistă în minţile noastre pentru că îşi elucidează elementele de suspans în feluri neaşteptate, în vara lui 1997, Radiohead şi-a lansat melodia ajunsă la rang de cult „Karma Police”, melodie care ilustra gradul de sofisticare muzicală al trupei. Cântecul foloseşte două versiuni subtil diferite ale unei singure melodii şi, până când n-o vei fi ascultat de multe ori, nu ştii pe care dintre ele eşti pe cale să o auzi. Nu există nicio rimă sau vreo raţiune care să te îndrume, aşadar, explică Peretz, te ţine în suspans. „Cântecul te face

să te întrebi pe care versiune din buclă o vei auzi. Pare ceva prea sofisticat ca să fie un accident şi îmi închipui că atunci când [solistul] Thom Yorke scria cântecul, avea în minte ideea că de fapt karma este ceva ciclic. A atins exact ce trebuie cu asta. E un cântec de referinţă. La fel este şi „Evil" al lui Stevie Wonder. Are o secvenţă care începe în do major, dar când te întoarce de unde ai plecat, te afli într-un alt loc. Nu te duce acasă".

„September" durează 3 minute şi 35 de secunde captivante, dar păleşte în faţa unei categorii de experienţe care dau dependenţă şi care ţin publicul captiv luni întregi.[21]

În octombrie 2014, postul naţional de radio a început să transmită *Serial*, un podcast în douăsprezece părţi care s-a transmis două luni şi jumătate.110 O echipă de jurnalişti coordonaţi de Sarah Koenig de la NPR* investigau dacă un elev de liceu din Baltimore, Adnan Syed, fusese închis pe nedrept în 1999 pentru uciderea fostei sale iubite, Hae Min. Alte transmisiuni de acest tip adunaseră şi ele un anumit public, dar *Serial* a fost incredibil de popular şi asta într-un fel unic. (Când i-am trimis lui Koenig un e-mail pentru a-i lua un interviu, mi-a refuzat cererea foarte politicos. „Mă tem că pur şi simplu nu pot", mi-a spus ea. „Sunt oarecum prinsă în acest moment.") Timp de trei luni, nenumărate discuţii au inclus întrebarea „Ai auzit de *Serial*?". Am vorbit despre acest podcast cu prieteni şi străini peste tot şi nu am fost singurul. Mai multe publicaţii importante au scris despre succesul înregistrat de *Serial* şi multe dintre titlurile şi paragrafele de introducere s-au concentrat pe caracterul generator de dependenţă al emisiunii:

Gazda acestei non-ficţiuni despre misterul unei

21 în limba engleză, în original, earworm – în traducere literară „vierme în ureche" – se referă la fenomenul prin care o melodie răsună repetitivîn mintea cuiva timpîndelungat (n.r.).

crime, captivante şi care dă dependenţă, vorbeşte despre originile emisiunii şi despre motivele pentru care e OK să îi „placă” pe cei cărora le ia interviuri.

Rolling Stone

Cele treisprezece stadii ale dependenţei de *Serial*.

Entertainment Tonight

Serial: Varianta podcast care dă dependenţă a *This* American *Life*.

NBC News Online[22]

Ira Glass şi cei din spatele emisiunii *This American Life* au lansat de curând *Serial*, un podcast care dă dependenţă despre o crimă oribilă şi despre bizarul proces care a dus la condamnarea unui puşti de 17 ani. Şi e mai bun decât cel mai bun episod din *Lege şi ordine* pentru că îi include pe cei care au trăit propriu-zis tragedia – în plus, habar nu aveţi cum se va termina.

Entertainment Weehly

Acest ultim citat surprinde la fix ingredientul magic din *Serial*: Koenig şi echipa ei au lansat o buclă Zeigarnik, dar niciunul dintre ascultători nu ştia când va fi închisă bucla (dacă se va închide vreodată). Va fi dezvăluit adevăratul criminal în episodul trei? în episodul nouă? în ultimul episod? Niciodată? La mijlocul seriei, Koenig a recunoscut că habar nu avea cum urma să se termine totul. După un an de interviuri şi cercetare riguroasă, ea şi echipa ei nu se apropiaseră deloc de rezolvarea singurei întrebări care conta cu adevărat: cine o omorâse pe Hae Min Lee? Publicul era complet fermecat, pentru că răspunsul păruse întotdeauna că ar fi fost la îndemână. Multe episoade au inclus unul sau două interviuri cu Syed, criminalul condamnat. Acesta părea întotdeauna că era pe punctul de a spune ceva care să îl incrimineze – sau ceva care să îi dovedească nevinovăţia mai presus de orice

22 Acronim pentru National Public Radio, postul naţional american de radio (n.t.).

dubiu. Şi acelaşi lucru era valabil pentru numeroase alte interviuri. Una dintre cunoştinţele lui Syed îi oferise acestuia un alibi care părea să îl plaseze la o bibliotecă exact când crima se presupune că avea loc la câţiva kilometri distanţă. Dar acea pistă s-a destrămat şi bucla a rămas deschisă.

Mii de ascultători au descărcat ultimul episod din transmisiune pe 18 decembrie 2014, sperând că vor găsi un răspuns. Dar nu l-au găsit. Koenig credea că Syed era nevinovat, dar a recunoscut că nu era complet sigură. Emisiunea s-a încheiat, dar suspansul a rămas, iar ascultătorii au refuzat să depăşească momentul. Au pus bazele unor grupuri de discuţii online foarte animate. Tabăra care îl considera vinovat îi certa pe nevinovaţi pentru că ar fi fost naivi, iar tabăra nevinovaţilor le reproşa vinovaţilor că ar fi nişte sceptici depăşiţi. Aproape 50 de mii de fani ai transmisiunii *Serial* şi-au împărtăşit opiniile pe o pagină dedicată subiectului *Serial* pe site-ul Reddit (sau pe un *şubreddit*). Cea mai relevantă dovadă pentru faptul că implicarea lor era mai mult decât curiozitate a apărut pe 13 ianuarie 2015. Se împlineau şaisprezece ani de la uciderea lui Hae Min Lee şi moderatorii de pe site au comemorat-o pe Lee prin suspendarea activităţii timp de 24 de ore. În loc, era afişat un scurt mesaj:

Pe 13 ianuarie 1999 viaţa urma să se schimbe pentru totdeauna.

Hae Min Lee a fost o persoană extraordinară.

Astăzi se împlinesc şaisprezece ani de când viaţa ei s-a încheiat în mod tragic, iar vieţile familiei şi ale prietenilor au încetat să mai fie vreodată la fel.

Deşi uciderea lui Hae a fost punctul de pornire pentru emisiunea *Serial*, haideţi să nu uităm niciodată de tragedie în sine.

Din respect pentru memoria lui Hae, acest site se va

cufunda în tăcere o zi, pentru ca toţi să reflectăm la adevărata nedreptate din centrul unei dezbateri înflăcărate.

Mulţi utilizatori au lăudat măsura, dar alţii au intrat în sevraj după *Serial*. Un utilizator cu numele hanatheko a recunoscut: „Uau, sunt dependent... ultimele 24 de ore au fost dureroase şi am căzut în depresie”. Pentru hanatheko o zi fără site a fost o zi prea lungă. Alţii au considerat că moderatorii nu aveau niciun drept să închidă site-ul fără motiv. Un utilizator a sugerat că aceşti utilizatori furioşi „se comportă ca Biserica

Baptistă Westboro a nenorocitului de internet acum”. Un altul, Muzorra, a evidenţiat că printre „toate comentariile... victima întotdeauna se pierde şi devine un număr într-o statistică şi aproape nimic mai mult... ajunge să fie uitată imediat ce cineva face puţin mai dificil accesul la jucărie pentru o scurtă perioadă”. În momentul în care site-ul a revenit la viaţă, la miezul nopţii, hanatheko, Muzorra şi mii de alţi utilizatori au revenit la atac şi apărare în sprijinul taberei vinovaţilor, a nevinovaţilor şi a indecişilor.

Lansarea *Serial* la NPR a permis apariţia unui potop de documentare despre crime reale nerezolvate. În februarie 2015, HBO a lansat *The Jinx*, care urmăreşte viaţa lui Robert Durst, un bărbat asociat cu mai multe crime nerezolvate. În ziua din ajunul lansării documentarului, Durst a fost arestat pentru una dintre acele crime – arestare motivată parţial de unele dintre descoperirile scriitorului Andrew Jarecki. Apoi, în decembrie 2015, Netflix a lansat un documentar în zece părţi despre crime reale, serie intitulată *Making a Murderer*. Laura Ricciardi şi Moira Demos, producătorii documentarului, l-au urmărit zece ani pe un bărbat pe nume Steven Avery, care fusese condamnat pentru

uciderea unei tinere într-un oraş mic din Wisconsin. *The Jinx* şi *Making a Murderer* au creat la fel de multă dependenţă ca *Serial* şi ambele au atras valuri de laude şi milioane de spectatori. Toate cele trei transmisiuni sunt abil produse – dar o bună parte a popularităţii lor are legătură cu ambiguitatea care le caracterizează. În *State*, Ruth Graham a scris despre *Making a Murderer*:

„Aceasta este povestea perfectă pentru emisiunea de investigaţii *Dateline*", spune un producător angajat al *Dateline* despre cazul Avery din *Making* a *Murderer*. „E o poveste cu o schimbare de situaţie, care captează atenţia oamenilor… Acum crima este fierbinte". Însă, dacă Date/meâşi lasă spectatorii în suspans în timpul pauzelor de publicitate, formatul cu mai multe episoade al producţiilor ca Mahi*ng a Mu*rd*erer ne* face să trăim suspansul la cote mult mai mari. Seria s-ar putea să aibă mai multă notorietate decât substanţă, dar oferă aceleaşi recompense plăcute ca orice poveste a unei crime: „Biata femeie!" „Cine a făcut-o de fapt?" „Cineva trebuie să plătească!"

Vă dau ca exemplu episodul patru din *Mahing a Murderer*, care se termină cu o informaţie bombă… Un element care ne-a făcut pe mine şi pe soţul meu să ne agităm pe canapea, negociind dacă să stăm sau nu până târziu pentru a mai vedea încă un episod. Cu un astfel de nivel de suspans, cum am fi putut să nu?

În timp ce scriu aceste rânduri, oamenii încă sunt înnebuniţi după *Serial* şi *Making a Murderer*. (*The Jinx* are şi el publicul lui fidel, dar poate că e ceva mai rezervat, într-o anumită măsură din cauza arestării lui Durst şi a lansării mai limitate a documentarului.) Paginile de pe Reddit dedicate emisiunii *Serial* şi documentarului *Making a Murderer* continuă să genereze noi mesaje în fiecare zi. Dar, dacă cineva poate dovedi nevinovăţia lui Steven Averi sau să îl descopere pe criminalul lui Hae Min Lee, buclele

se vor închide şi paginile vor intra în declin. Suspansul ţine doar până când afli dacă autobuzul cade, un ospătar reţine o comandă numai până când farfuria ajunge la clientul lui, iar soarta unui mafiot dintr-o suburbie din New Jersey rămâne interesantă doar câtă vreme nu ştii dacă trăieşte sau dacă moare.

Când a scris cel de-al 86-lea episod, şi ultimul, din seria *Clanul Soprano*, David Chase a pus o întrebare la care a refuzat să răspundă: a murit Tony Soprano? 111 Timp de opt ani, capul Mafiei din New Jersey, Tony Soprano, a fentat moartea în timp ce 92 dintre duşmanii şi prietenii lui au dispărut. Aceştia au murit din cauza unor răni produse de arme de foc, bătăi, înec şi cauze naturale; de la înjunghieri şi atacuri de cord la strangulări şi supradoze de droguri. Morţile lor i-au captivat pe spectatori, dar în niciun caz la nivelul la care i-a absorbit purgatoriul lui Tony.

Scena este legendară. Pe 10 iunie 2007, douăsprezece milioane de americani au privit cum Tony Soprano şi familia lui s-au adunat la restaurantul lui Holsten. Un bărbat îmbrăcat cu o jachetă maro de piele intră în restaurant şi se aşază la bar. Priveşte scurt în spate, la familie, şi se îndreaptă spre toaletă, în ultimele secunde ale serialului se aude cum sună un clopoţel la uşa de la intrare, Tony se uită spre uşă, iar ecranul se face negru. Timp de unsprezece secunde rămâne aşa, iar opt ani de acţiune se reduc la o tăcere profundă. Mulţi spectatori s-au întrebat dacă nu cumva li se stricaseră televizoarele sau le căzuse cablul exact atunci, dar în fapt aceasta a fost perspectiva lui Chase.

Fanii serialului au intrat în stare de şoc, aşa că au apelat la Google. Motorul de căutare a înregistrat un potop de căutări pentru „ultimul episod din Clanul Soprano” începând cu ora 10: 02 PM pe Coasta de Est, potop care a ţinut până târziu în noapte. Căutând cu disperare un fel de

răspuns, spectatorii au sperat că cineva de pe internet a fost mai sofisticat decât ei. (Opt ani mai târziu, şi fanii podcastului *Serial* vor proceda la fel când vor apela la Reddit.) Criticii media fie au adorat episodul, fie l-au detestat şi, fără excepţie, şi-au canalizat cea mai mare parte a energiei spre ultimele cinci minute. Ce se întâmplase? De ce trunchiase Chase povestea?

Au apărut două teorii concurente. Pe de o parte, poate că Chase încerca să sugereze că viaţa lui Tony şi a familiei lui va continua şi după sfârşitul serialului. La începutul scenei finale.

Tony băgase câteva monede într-un tonomat mic de la masa lui şi a început să se audă melodia „Don't Stop Believin " a celor de la Joumey. Ultimul lucru pe care l-au auzit spectatorii a fost vocea lui Steve Perry, rostind „Nu înceta...!". Chase a refuzat să îl lase pe Steve să ducă propoziţia până la capăt şi poate că cele două cuvinte care s-au auzit la căderea cortinei au fost un mesaj: serialul s-a terminat, dar vieţile pe care le-a înfăţişat nu vor înceta.

Pe de altă parte, mulţi fani au fost convinşi că ecranul negru şi tăcerea reprezentau de fapt moartea lui Tony. Din moment ce Tony nu era viu pentru a mai putea intra în contact cu lumea după moarte, spectatorilor li s-a oferit acelaşi final abrupt. Soţia lui şi copiii urmau să trăiască şi să-l audă pe Steve Perry cum cântă ultimul cuvânt din titlul cântecului, dar s-ar putea să fie estompat de împuşcătura care îi frânsese viaţa lui Tony. Conform acestei teorii, bărbatul cu jacheta de piele era ucigaşul lui Tony; ca un omagiu adus scenei preferate a lui Tony din *Naşul*, poate că bărbatul plecase la toaletă pentru a-şi lua arma. Dacă Chase sugera că Tony murise, nu ar fi putut să aleagă un cuvânt final mai potrivit decât „stop!"

Jurnaliştii au cerut zgomotos să primească un răspuns şi Chase le-a mai aruncat din când în când câte o firimitură drept răspuns. Continuă să îi amăgească şi

refuză o abordare categorică. În primul interviu pe care l-a dat după terminarea serialului a spus: „Nu am niciun interes să explic, să apăr, să reinterpretez sau să fac adăugiri faţă de ce este acolo. Pe cuvânt că nimeni nu încerca să fie îndrăzneţ. Am făcut ce am crezut că trebuia să facem. Nimeni nu a încercat să şocheze lumea şi nici nu s-a gândit cineva că «Uau, asta o să-i scoată din sărite»”. După opt ani şi câteva interviuri, fanii erau încănesatisfăcuţi. În aprilie 2015, Chase i-a spus unui scriitor că „A fost foarte simplu şi mult mai direct decât crede lumea. Ori se termină aici pentru Tony, ori altă dată. Dar, în ciuda acestui fapt, chiar merită. Aşa că nu încetaţi să mai credeţi”. În unele interviuri părea să îl surprindă întrebarea. „Am văzut câteva apariţii în presă care spuneau că «ăsta a fost un uriaş du-te naibii pentru public». Că ne-am căcat pe public. De ce am vrea să facem asta? De ce le-am oferi divertisment oamenilor timp de opt ani doar ca la final să le arătăm degetul mijlociu?” Fanii *Serial* au fost mai mult dezamăgiţi decât furioşi, pentru că Sarah Koenig şi-a dorit să afle cine o omorâse pe Hae Min Lee la fel de mult pe cât îşi dorea şi publicul. Era de partea lor. Dar Chase a fost antagonist şi le-a refuzat voit spectatorilor lui un răspuns la cea mai importantă întrebare pe care o pusese în opt ani. Maureen Ryan de la *Chicago Tribune* a reprezentat tabăra „supăraţilor” în editorialul pe care l-a intitulat „îţi baţi joc de mine? ăla a fost finalul *Clanului Soprano*?”. Ea le-a spus cititorilor ei: „Puteţi să spuneţi că finalul a fost sadic. Puteţi să spuneţi despre el că e un final care lasă loc la o continuare. Oricum ar fi, îi va face pe fani să vorbească despre asta luni întregi”. Un comentator pe nume Ryan a fost de acord. „Finalul a fost naşpa! Ultimul cadru a distrus tot episodul. Am fost jefuiţi… JEFUIŢI, dacă-ţi spun!” Şi totuşi, cu toată mânia, la aproape un deceniu după, lumea nu se poate opri din vorbit despre ultimul episod al serialului. E ca şi cum

ar fi luat prea în serios ultimele două cuvinte din final rostite de Steve Perry: „Nu încetaţi!”

Care dintre paşii următori din suita de mai jos v-aţi aştepta să producă cea mai mare fericire în rândul oamenilor?

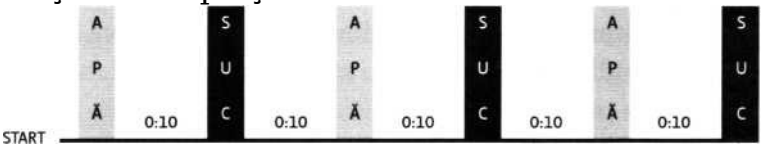
Pasul 1: Să îţi doreşti ceva (mâncare, somn, sex etc.).

Pasul 2: Să te întrebi dacă dorinţa va fi satisfăcută.

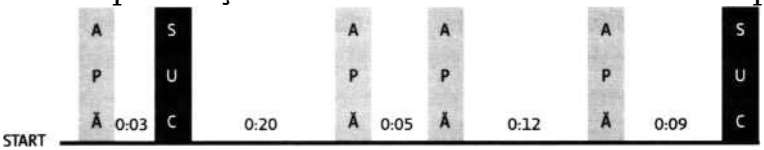
Pasul 3: Să ţi se satisfacă dorinţa.

…Repetaţi pentru următoarea dorinţă.

Pasul 3 este răspunsul evident. Este pasul care i-a frustrat pe fani când *The Italian Job*, *Serial* şi *Clanul Soprano* s-au terminat fără răspuns şi e motivul pentru care ne chinuim de la bun început cu primii doi paşi. Însă, în 2011, Greg Bems şi trei colegi neurologi au iniţiat un studiu care solicita unui număr de 25 de adulţi să ţină în gură un mic tub în timp ce stau culcaţi pe spate într-un aparat de rezonanţă magnetică funcţională.112 Aparatul le analiza creierele, căutând dovezi ale plăcerii în timp ce un cercetător le picura apă şi suc de fructe prin tub. Cei mai mulţi dintre adulţi au preferat sucul în detrimentul apei, dar creierul uman tratează şi sucul, şi apa drept mici recompense. În jumătate din experiment picăturile au fost administrate în mod previzibil, la fiecare zece secunde, cu alternanţă între apă şi suc:



Apoi, în partea a doua a studiului, cercetătorii au adăugat elementul-surpriză. Acum adulţii nu ştiau când vor primi recompensa şi nici dacă urma să fie suc sau apă:



Dacă satisfacţia ar fi tot ce contează, atunci creierii participanţilor ar fi reacţionat la fel în ambele părţi ale experimentului – sau poate mai puternic în jumătatea previzibilă, când puteau anticipa şi savura următoarea recompensă. Dar nu a fost aşa. Caracterul previzibil este plăcut la început, dar îşi pierde savoarea. Aproape de finalul jumătăţii previzibile a experimentului, creierii participanţilor au început să reacţioneze din ce în ce mai slab.

Nu a fost la fel în cazul seriei imprevizibile, care i-a captivat pe participanţi la fel cum emisiunea *Serial* şi-a captivat ascultătorii. Când recompensele erau imprevizibile, participanţii se bucurau de ele cu atât mai mult – şi au continuat să se bucure de ele până la sfârşitul experimentului. Fiecare nouă recompensă urma după propriul element de microsuspans, iar fiorul aşteptării făcea ca întreaga experienţă să fie mai plăcută pentru mai mult timp.

Aceste elemente de microsuspans susţin şi frenezia cumpărăturilor compulsive. În 2007, o echipă de antreprenori a lansat Gilt, o experienţă de shopping online remarcabil de generatoare de dependenţă. Site-ul Gilt şi aplicaţia promovează soldări instant care durează, fiecare, între una şi două zile.

Promoţiile sunt disponibile doar pentru membri şi includ haine de lux cu preţuri accesibile şi bunuri pentru casă. Platforma este înfloritoare, având şase milioane de membri, aşa că cei care se ocupă de aprovizionare pot să cumpere cantităţi uriaşe de produse de lux la preţuri mult reduse. Chiar şi după ce site-ul adaugă o mică marjă de profit pentru fiecare obiect, membru plătesc mult mai puţin decât arată etichetele de preţ din magazine.

Promoţiile noi apar fără niciun avertisment, aşa că membrii accesează constant pagina. Fiecare noua reîncărcare a paginii generează un element de

microsuspans. Pentru mulţi dintre membrii Gilt site-ul oferă un mic fior în vieţile lor care, altfel, simt previzibile. Asta se poate vedea în creşterea masivă a traficului din timpul prânzului, între douăsprezece şi unu în fiecare după-amiază, interval în care site-ul atrage venituri de peste un milion de dolari.

Darleen Meier, care se ocupă de un blog despre lifestyle, *Darling Darleen*, a fost încântată când i-a fost aprobat statutul de membru în octombrie 20 io. us (Se afla pe o listă de aşteptare de câteva săptămâni.) Meier şi-a invitat cititorii să sărbătorească împreună statutul de membru şi apoi le-a povestit despre unele dintre achiziţiile ei preferate. Însă, la doar două luni după acest moment, Meier a simţit nevoia să scrie un articol cu titlul „Dependentă de Gilt". Problema a devenit evidentă când s-a abţinut cu greu să nu cumpere un scuter Vespa la un preţ bun. (A reuşit să se abţină după ce şi-a închipuit cum ar reacţiona soţul ei la vederea scuterului.) Relaţia lui Meier cu Gilt a devenit mai intensă după ce un semnal sonor a început să îi dea de veste de fiecare dată când apărea pe site o nouă promoţie. Indiferent de situaţie, se oprea din ce făcea pentru a se uita pe site. Uneori s-a surprins trăgând pe dreapta în timp ce făcea vreun comision sau când mergea să îl ia de la şcoală pe fiul mai mic. Uneori suspansul nu se încheia în favoarea lui

Meier – unele dintre oferte nu o atrăgeau –, dar, adesea, până când să se pună din nou în mişcare maşina, cheltuise deja sute sau chiar mii de dolari. La apogeul dependenţei sale de Gilt primea în fiecare zi colete cu noi comenzi livrate.

Meier nu era singura. Grupurile de discuţii din mediul Online erau pline de dependenţi de cumpărături care căutau ajutor. Pe Purse Forum, o reţea socială pentru marii pasionaţi de cumpărături, Cassandra22007 recunoştea că este dependentă de Gilt şi de alte aşa-zise

site-uri cu oferte instant:

A ajuns să-mi fie dureros de clar că am o problemă cu Grupul Gilt şi am nevoie de ajutor! Mă gândesc să-mi blochez singură accesul pe acest site, cel puţin temporar. Practic, acum sunt şomeră şi chiar nu am niciun fel de scuză să-mi cumpăr haine noi şi chestii pe care probabil nu le voi purta până când nu mă angajez din nou. În prezent am cam 6 – 10 obiecte pe care le-am luat de acolo şi pe care încă nu le-am purtat/folosit propriu-zis şi tocmai am mai comandat vreo cinci astăzi.

Ceea ce este frapant la comportamentul lui Cassandra22007 este că nu cumpăra hainele pentru că avea nevoie de ele. La fel cum demonstrase Greg Bems prin experimentul lui cu sucul, nu recompensa în sine era ceea ce conta, ci mai degrabă fiorul vânătorii. Gilt nu le oferea cumpărătorilor ca Meier şi Cassandra22007 produse pe care nu le-ar fi putut găsi nicăieri în altă parte – le oferea o serie de microelemente de suspans care făceau ca acţiunea de a vâna acele produse să dea o dependenţă profundă.

Aceste cumpărături duc la dezordine şi există acum o mică industrie de gura specializaţi în organizarea casei în stil propriu. Cea mai în vogă este Marie Kondo, o „consultantă pentru curăţenie” din Japonia. Kondo foloseşte o metodă pe care o numeşte KonMari: aruncă din casă tot ce nu îţi „stârneşte bucurie”. Kondo a explicat principiile metodologiei KonMari în cartea *The Life-Changing Magic of Tidying Up*\ volum publicat iniţial în 2011. Cartea a fost tradusă în zeci de limbi şi s-a vândut în mai mult de două milioane de exemplare în întreaga lume. De atunci până în prezent Kondo a mai lansat încă un volum adiacent, *Spark Joy*, care şi el este un mare bestseller. Să triezi lucrurile nu este uşor, pentru că tinde să contravină instinctului uman de a reţine valoare. Detestăm să aruncăm ceva ce s-ar putea dovedi valoros în

viitor, şi e dificil să fim siguri care dintre posesiunile care ne-au fost utile cândva nu vor deveni din nou utile. Dar KonMari are un beneficiu uriaş: curăţenia este un fel de buclă deschisă care cere să fie închisă. Detestăm să aruncăm lucruri, dar în acelaşi timp urâm şi dezordinea. Cei care fac cumpărături în mod obsesiv se transformă în aceiaşi oameni care fac curat în mod obsesiv, iar procesul se transformă într-o buclă care se tot autopropagă. Odată ce înveţi să priveşti, începi să vezi astfel de bucle peste tot.

În august 2012, Netflix a adăugat o nouă funcţie subtilă numită „post-play”. Odată cu post-play, un sezon de treisprezece episoade din *Breakingbad* a devenit un singur film unitar de treisprezece ore. Pe măsură ce un episod se termină, mecanismul de redare al Netflix îl încarcă automat pe următorul şi cinci secunde mai târziu începe să şi ruleze. Dacă episodul anterior v-a lăsat în suspans, tot ce trebuia să faceţi era să staţi pe loc în timp ce următorul episod începea să se dezvăluie, iar suspansul se stingea de la sine. Înainte de august 2012 trebuia să decizi dacă te uiţi la următorul episod; acum trebuie să decizi să *nu* urmăreşti următorul episod.[23]

La început, modificarea nu pare a fi aşa de importantă, dar se pare că diferenţa este enormă. Cea mai bună dovadă în sprijinul acestei diferenţe vine de la un celebru studiu privind rata donatorilor de organe. Atunci când încep să conducă, tinerilor adulţi li se cere să se hotărască dacă vor să devină donatori de organe. Psihologii Eric Johnson şi Dan Goldstein au observat că ratele donării de organe din Europa variau semnificativ de la ţară la ţară. u4 Existau diferenţe chiar şi între ţările care aveau culturi foarte asemănătoare. În Danemarca, procentul era de 4%; în Suedia era 86%. În Germania rata era de 12%; în Austria era aproape 100%. În Olanda, 28%

23 în română, Magia ordinii, traducere din engleză de Ştefan Mihalache, Editura Trei, 2015 (n.r.).

erau donatori, în timp ce în Belgia procentul era de 98%. Nici măcar o campanie educaţională uriaşă susţinută în Olanda nu a reuşit să crească procentul donatorilor. Aşadar, dacă educaţia şi cultura nu erau de vină, de ce unele ţări sunt mai dispuse decât altele să doneze?

Răspunsul avea de-a face cu o simplă ajustare semantică. Unele ţări le solicitau şoferilor să opteze prin bifarea unei căsuţe:

Dacă sunteţi dispus să vă donaţi organele, vă rog să bifaţi această căsuţă:

O bifă nu pare să fie cine ştie ce obstacol, dar chiar şi piedicile mici cântăresc mult atunci când oamenii trebuie să decidă cum le vor fi folosite organele când mor. Nu e genul de întrebare la care să răspundem fără să ne gândim puţin, aşa că mulţi dintre noi alegem calea celei mai mici rezistenţe şi nu bifăm căsuţa, continuându-ne vieţile. Exact aşa au pus întrebarea ţări ca Danemarca, Germania şi Olanda – şi toate aveau rate mici pentru donaţii.

Ţări ca Suedia, Austria şi Belgia le cer tinerilor şoferi să aleagă dacă vor să nu îşi doneze organele, iar în acest caz să bifeze căsuţa:

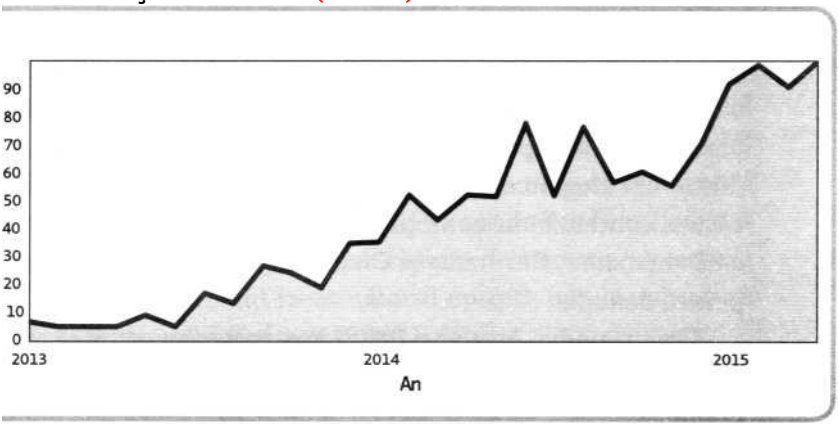
Dacă NU sunteţi dispuşi să vă donaţi organele, vă rugăm să bifaţi această căsuţă:

Singura diferenţă în acest caz este că oamenii sunt în mod implicit donatori. Ei trebuie să bifeze în mod activ o căsuţă pentru a se scoate din lista donatorilor. Tot este o decizie importantă şi oamenii tot aleg în mod obişnuit să nu bifeze căsuţa. Dar asta explică de ce unele ţări se bucură de rate de 99% în rândul donatorilor, în timp ce altele sunt mult în spate, cu procente de numai 4%. Din august 2012, spectatorii Netflix trebuiau să opteze să nu se mai uite la încă un episod. Mulţi au ales să nu facă nimic şi, cu gura căscată, au început să se uite la cel de-al optulea episod la rând din *Breaking Bad*.

Abonaţii Netflix se uită exagerat la filme de când

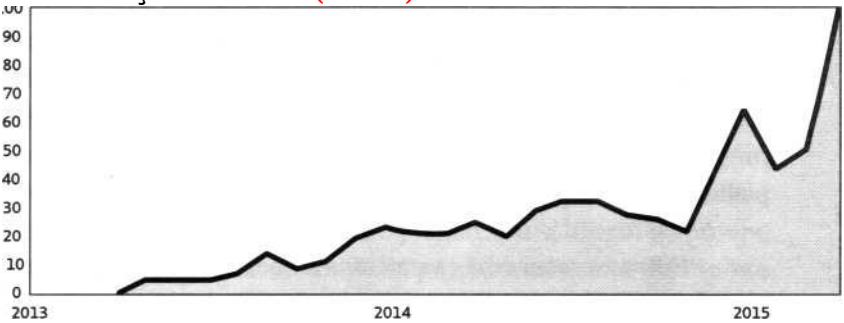
compania a adăugat vizionarea Online în 2008, dar vizionările compulsive tot cresc progresiv de atunci. Google Trends, care măsoară frecvenţa căutărilor de pe Google pe parcursul timpului, arată că frecvenţa căutărilor pentru „binge-watching” în Statele Unite, între ianuarie 2013 (momentul în care lumea a început să caute acest termen) şi aprilie 2015, a arătat astfel:

Frecvenţa căutării (o-ioo)



Şi următorul grafic arată frecvenţa căutărilor pentru „Netflix binge” pentru aceeaşi perioadă în Statele Unite:

Frecvenţa căutării (o-ioo)



— Popularitatea căutării după un cuvânt-cheie este un mod indirect de măsurare, dar Netflix a făcut propria cercetare în noiembrie 2013.115 Compania a angajat o

firmă de studii de piaţă care să susţină interviuri cu mai mult de 3.000 de adulţi americani. Dintre aceştia, 61% au declarat un anumit grad de vizionări compulsive, ceea ce majoritatea participanţilor la studiu definea ca fiind „urmărirea a 2 – 6 episoade dintr-o serie TV într-o singură sesiune de vizionare". Netflix a descoperit tipare similare în datele despre vizionare, informaţie colectată din 190 de ţări între octombrie 2015 şi mai 2016.116 Cei mai mulţi dintre indivizii care urmăresc compulsiv seriale termină primul sezon în 4 – bzile. Un sezon care la un moment dat se întindea pe luni întregi acum este consumat în mai puţin de o săptămână, cu o medie de 2 – 2, 5 ore Pe zi-Urni spectatori declară că aşa-numitul *binge*-watchingâmbunătăţeşte experienţa de vizionare, dar mulţi alţii cred că Netflix – şi funcţia în mod special – a făcut foarte dificil să ne oprim la numai un episod. O mare parte din această creştere, consemnată în graficele Google Trends, reflectă eficienţa suspansului şi a absenţei barierelor între sfârşitul unui episod şi începutul următorului.

Când a făcut o recenzie pentru o emisiune numită *Love*, Wolla Paskin, critic TV la *State*, a explicat că inclusiv serialele mediocre dau dependenţă „cu ajutorul" vizionării în ritm binge. *Love* a fost o producţie Netflix lansată într-un singur pachet de zece episoade:

Vizionarea compulsivă ca atare vine în sprijinul unor seriale – impune un stil de a urmări care încurajează publicul să investească în personaje ca în oameni, indiferent cât de puţină măiestrie îi înconjoară. E ca şi cum ţi s-ar spune o poveste, orice poveste: la un moment dat, pur şi simplu vrei să ştii ce se întâmplă în continuare. Dacă *Love* s-ar fi transmis în fiecare săptămână, puteai să-l urmăreşti sau nu. Dar Netflix face atât de uşor să urmăreşti trei episoade într-o singură sesiune, încât e tentant să continui să mergi înainte, mânat de impulsul

curiozităţii şi nimic mai mult – oare cum or să se întâlnească puştii ăştia nebuni? Vizionarea compulsivă îi oferă unui spectacol fără cine ştie ce acţiune tot zvâcul necesar. Până când să te opreşti din vizionat, îl vei fi văzut pe tot.

Psihologul Bluma Zeigarnik, pe care am cunoscut-o mai devreme în acest capitol, a trăit o viaţă lungă şi remarcabilă, plină de suspans. În 1940, soţul ei Albert a fost condamnat la zece ani într-o închisoare sovietică din cauza unei acuzaţii de spionaj în favoarea Germaniei. Zeigarnik a rămas întrebându-se unde era şi când ar putea să se întoarcă acasă. Când l-au capturat pe Albert, autorităţile sovietice au lăsat în urmă un document care explică de ce ştim atât de puţine lucruri despre viaţa lui Zeigarnik. Documentul, peste care nepotul ei a dat din greşeală decenii mai târziu, consemna că autorităţile confiscaseră „ceea ce se afla într-o cameră sigilată, inclusiv numeroase documente, dosare, caiete şi arhive”.

Cariera lui Zeigarnik a prins avânt în cele din urmă, dar viaţa ei academică a fost la fel de agitată ca cea personală. A fost forţată să scrie trei dizertaţii doctorale după ce autorităţile sovietice au refuzat să îi recunoască prima lucrare, iar cea de-a doua i-a fost furată. Avea copii făcute după cea de-a doua, dar a trebuit să le distrugă, de teamă că hoţul ar putea să-i publice lucrarea şi să o acuze pe ea de plagiat. De-a lungul a aproape 30 de ani, Zeigarnik a bântuit în purgatoriul academic înainte să îşi termine cea de-a treia dizertaţie şi să ajungă la Universitatea de stat din Moscova ca profesor de psihologie, în 1965. Doi ani mai târziu a fost aleasă coordonatoare a departamentului şi a rămas în funcţie în următoarele două decenii, până la moarte. Cu un uriaş talent şi o determinare neclintită, Zeigarnik s-a asigurat că suspansul se va rezolva în cele din urmă în favoarea ei.

9 Interacţiuni sociale în decembrie 2009, Lucas Buick

şi Ryan Dorshorst, care erau foarte buni prieteni, au început să vândă o aplicaţie pentru iPhone.117 Preţul acesteia era de 1, 99 dolari, iar cei doi urmăreau cu nerăbdare cum creştea numărul de descărcări. La 36 de ore după lansare era cea mai descărcată aplicaţie din Japonia. Vânzările creşteau mai lent în Statele Unite, dar până la 1 ianuarie clienţii din State descărcaseră aplicaţia de 150.000 de ori. Chiar şi cei de la Apple au remarcat acest lucru şi în curând aplicaţia ajunge pe prima pagină a Apple Store, la loc de cinste.

Aplicaţia se numea Hipstamatic şi le permitea utilizatorilor de iPhone să modifice digital pozele pe care le făceau cu telefonul. Cu ajutorul filmului digital, al bliţului şi al lentilelor, chiar şi fotografii nepricepuţi puteau transforma cadre banale în capodopere care imitau notele retro ale anilor 1980. Şi experţii erau atenţi. Damon Winter, un fotograf care lucra pentru *New York Times*, a folosit aplicaţia pentru fotografii pe care le-a făcut în 2010 cu soldaţii din Afghanistan. Imaginile i-au adus lui Winter locul al treilea în competiţia de foto-jurnalism Pictures of the Year International, ceea ce a crescut şi mai mult brandul Hipstamatic.

Buick şi Dorshorst lucrau ca designeri grafici, dar s-a întâmplat să fie şi antreprenori cu intuiţie bună. Pentru a cultiva farmecul retro al aplicaţiei, s-au folosit de nume ca *Ina's Film*, *Roboto Glitter Lens* şi *Dreampop Flash*. Lovitura lor de geniu a fost să inventeze o poveste amplă despre ceea ce s-a întâmplat în spatele aplicaţiei, poveste pe care jurnaliştii se chinuie de atunci să o confirme. Aşa cum au spus-o ei, în 1982, doi fraţi din Wisconsin au creat un aparat foto pe care l-au numit *Hipstamatic 100*. Obiectivul lor era să construiască o cameră care să fie mai ieftină decât filmul pe care îl folosea şi, în ciuda faptului că au reuşit să facă asta, nu au vândut decât 154 de bucăţi. Fraţii au murit într-un tragic accident de maşină în 1984,

iar fratele lor mai mare, Richard Dorbowski, a păstrat cele trei exemplare rămase din Hipstamatic 100 şi le-a ţinut în garajul lui până când, pe 29 iulie 2009, Buick şi Dorshorst i-au spus că îşi doreau să lanseze o versiune digitală a aparatului de fotografiat.

Jurnaliştii au fost seduşi de poveste şi au descris istoricul romantic al Hipstamatic în zeci de articole. Au fost ajutaţi de câteva dovezi împrăştiate în mediul online care să le susţină relatarea: un blog despre Hipstamatic 100 scris de Dorbowski (cu fotografii în care apăreau fraţii lui mai mici la începutul anilor 1980) şi conturi de Linkedin şi Facebook care spuneau despre Dorbowski că ar locui în Wisconsin şi că ar lucra la o companie de hârtie în calitate de controlor-şef. Abia câţiva ani mai târziu, când alţi jurnalişti au încercat să sape mai adânc, povestea s-a şubrezit. Cei trei fraţi erau o invenţie şi se părea că la fel era şi Hipstamatic 100. Totuşi aplicaţia Hipstamatic exista în realitate şi sute de mii de utilizatori o cumpărau în fiecare lună. Apple a încoronat Hipstamatic drept „Aplicaţia anului 2010”, iar cei de la *New York Times* au inclus aplicaţia în ediţia din noiembrie 2010 a listei cu „Top 10 aplicaţii pentru iPhone pe care trebuie să le ai”.

Buick şi Dorshorst erau pe val, dar doi antreprenori din San Francisco se pregăteau să lanseze o aplicaţie concurentă. Revin Systrom şi Mike Krieger au lansat Instagram în octombrie 2010. Cele două aplicaţii ofereau aceleaşi servicii de bază, aşa că Instagram suferea de un dezavantaj uriaş în condiţiile în care intrase pe piaţă cu o întârziere de zece luni. Deşi lui Instagram îi lipsea povestea fermecătoare a lui Hipstamatic – numele ei combina simplu cuvintele „instant” şi „telegram” – Systrom şi Krieger erau oameni de afaceri iscusiţi. Dacă 2010 fusese anul Hipstamatic, atunci 2011 a fost anul Instagram. Hipstamatic a rămas populară, dar numărul de descărcări a început să crească mai lent şi în curând

Instagram se bucura de mai mulţi utilizatori. După ce îi oferiseră lui Hipstamatic titlul de „Aplicaţia anului” în 2010, cei de la Apple au acordat aceeaşi onoare şi aplicaţiei Instagram în 2011. În 2012 numărul de utilizatori care foloseau Hipstamatic a avut un vârf de aproximativ cinci milioane, iar Instagram are acum în jur de trei sute de milioane de utilizatori. Însă cea mai mare diferenţă între aplicaţii a apărut pe 9 aprilie 2012, atunci când Facebook a cumpărat Instagram pentru 1 miliard de dolari. Când a citit despre achiziţie, Dorshorst a fost convins că citea un titlu din publicaţia de satiră *The Onion*. A verificat. Laura Polkus, care lucrase ca designer la Hipstamatic, şi-a amintit că: „Am văzut postarea de pe blogul lui Mark [Zuckerberg] şi mă blocasem: «Stai aşa, un miliard? Adică un miliard de dolari? Ce înseamnă asta pentru noi? Asta înseamnă că Instagram a câştigat?»”.

Hipstamatic şi Instagram aveau aceleaşi funcţii de bază, aşa că de ce a intrat în declin Hipstamatic în timp ce Instagram continuă să crească? Răspunsul are legătură cu două decizii esenţiale pe care le-au luat Systrom şi Krieger înainte de a lansa aplicaţia. Prima a fost să ofere aplicaţia gratuit. Acest lucru făcea aplicaţia atrăgătoare şi explică parţial de ce au descărcat aplicaţia atât de mulţi utilizatori la început: nu exista niciun risc să dai bani pe o prostie, aşa că în cel mai rău caz ajungeau să şteargă aplicaţia după câteva zile. Dar multe aplicaţii sunt gratuite şi tot eşuează lamentabil. A doua decizie a celor doi parteneri a făcut diferenţa: utilizatorii de Instagram îşi publicau fotografiile pe o reţea socială special dedicată lor şi conectată cu aplicaţia. (Utilizatorii puteau, de exemplu, să îşi încarce pozele pe Facebook, dar Hipstamatic nu era ea în sine o reţea socială.)

E uşor de înţeles de ce Zuckerberg a ales să cumpere Instagram. El şi Systrom au avut o revelaţie similară: respectiv că oamenii tind la infinit să se compare cu alţii.

Facem poze pentru a surprinde amintiri la care vom reveni apoi în privat, dar mai ales pentru a împărtăşi acele amintiri cu alţii. În anii 1980 asta însemna să îţi chemi prietenii în vizită pentru a vă uita la diapozitive cu imagini din cea mai recentă vacanţă, dar astăzi facem asta prin încărcarea de fotografii din concediu în timp real. Ceea ce face ca Facebook şi Instagram să provoace dependenţă este faptul că fiecare activitate publicată atrage – sau nu – aprecieri, redistribuiri şi comentarii. Dacă una dintre imagini se dovedeşte a fi lipsită de efect, există întotdeauna o altă şansă în viitor. Este infinit regenerabilă, pentru că este la fel de imprevizibilă ca şi vieţile propriu-zise ale oamenilor.

Aşadar, ce are mecanismul de feedback social din spatele Instagram care face aplicaţia să dea atât de uşor dependenţă?

Oamenii nu sunt niciodată cu adevărat siguri pe valoarea lor atunci când vine vorba despre dimensiuni nemăsurabile, altele decât ca greutatea, înălţimea sau veniturile. Unii sunt mai preocupaţi de feedbackul social decât alţii, dar suntem fiinţe sociale şi nu putem să ignorăm complet ceea ce cred alţii despre noi. Şi, mai mult decât orice, feedbackul inconsecvent ne înnebuneşte.

Instagram e un izvor de feedback inconsecvent. Una dintre fotografiile publicate poate să atragă 100 de aprecieri şi 20 de comentarii pozitive, în timp ce o alta, postată 10 minute mai târziu, să adune doar 30 de aprecieri şi niciun comentariu. Este clar că oamenii atribuie mai multă valoare unei fotografii decât celeilalte, dar ce înseamnă asta? „Valorăm” o sută de aprecieri, treizeci sau cu totul alt număr? Psihologii sociali au demonstrat că preluăm idei pozitive despre noi înşine cu mai multă deschidere decât faţă de ideile negative. Pentru a vedea cum funcţionează asta, răspundeţi rapid la următoarele întrebări, fără să vă gândiţi prea mult:

Mai jos veţi vedea o listă cu trăsături de personalitate.

Vă rugăm să estimaţi procentul de indivizi din oraşul vostru care sunt caracterizaţi de fiecare trăsătură într-o măsură *mică* decât voi:

Sensibil	Sofisticat	Ingenios	Disciplinat
Nevrotic	Lipsit de simţ practic	Supus	Compulsiv

Toate acestea sunt trăsături ambigue, aşa că este dificil de estimat cât de mult vă caracterizează pe voi sau pe oricine altcineva. Observaţi şi că unele simt pozitive (cele de pe primul rând) şi celelalte, negative (cele de pe al doilea rând). Când au răspuns la această întrebare, raportată la colegii lor din universitate, studenţii de la Corneli au spus că îi caracterizau trăsăturile pozitive mai mult decât pe alţi 64% dintre colegi, iar cele negative într-o proporţie de 38%.118 Această perspectivă optimistă surprinde felul în care ne vedem în general pe noi înşine – şi poate că înseamnă că vom acorda mai multă atenţie feedbackului pozitiv şi vom ignora feedbackul negativ pe care îl primim pe Instagram.

Dar, oricât de mult ne-am preţui pe noi înşine, suntem şi foarte sensibili la feedback negativ. Psihologii numesc asta ca fiind principiul „răul este mai puternic decât binele” şi este foarte consecvent pentru o mulţime de experienţe diferite.11? Dacă sunteţi ca cei mai mulţi dintre oameni, tendinţa instinctivă este să navigaţi până la recenziile negative de pe Amazon, Tripădvisor şi Yelp, pentru că nimic nu cimentează o părere mai bine decât critica dură. De asemenea, sunteţi mai predispuşi să vă amintiţi evenimente neplăcute din trecut şi să rumegaţi la certuri vechi mai mult decât să vă bucuraţi de laude recente. Inclusiv cei care au avut copilării fericite sunt mai predispuşi să îşi amintească puţinele amintiri neplăcute

decât numeroasele amintiri plăcute atunci când sunt rugaţi să-şi amintească de copilărie.

Există atât de multe poze pe Instagram, încât v-aţi aştepta ca utilizatorii să treacă peste feedbackul negativ. Lumea ar trebui să acorde mai puţină atenţie aprecierilor de sub o poză postată pe Instagram decât pentru fotografiile expuse individual la o galerie de artă sau decât pentru cele arătate prietenilor. Totuşi adevărul este că lumina reflectoarelor pare să ne găsească şi atunci când suntem în mulţime. În anul 2000, un grup de psihologi a solicitat unor studenţi să intre într-o cameră plină cu alţi studenţi în timp ce purtau un tricou cu o poză cu Barry Manilow. (O pretestare nenecesară confirmase că studenţii preferă să nu poarte în public un tricou cu Barry Manilow.) După câteva minute, un cercetător îi conducea pe participanţii ghinionişti spre ieşirea din cameră şi le-a cerut să ghicească câţi dintre colegii lor remarcaseră tricoul cu Barry[24]

Manilow. Desigur că ei fuseseră preocupaţi de tricou pe tot parcursul experimentului, aşa că au estimat că jumătate dintre cei din cameră şi-ar aminti de tricou; de fapt, doar unul din cinci şi-a amintit că a văzut o asemănare cu Barry Manilow. O poză care atrage doar trei aprecieri pe Instagram seamănă puţin cu un tricou cu Barry Manilow. E jenantă pentru cel care a realizat-o, iar asta înseamnă că alţi utilizatori se holbează şi râd când, de fapt, aceştia sunt cu mult mai preocupaţi de propriile lor fotografii sau cel puţin de nesfârşitul şir de poze de dinainte şi de după cadrul „Manilow”.

Feedbackul negativ ustură atât de tare, încât mulţi utilizatori fac sute de poze înainte să posteze una. Aplicaţii

---

24 Barry Manilow (n. 1943) – cântăreţ american cu o carieră completă în muzică, cunoscut în întreaga lume pentru hituri ca „Can't Smile Whitout You" şi „Copacabana (At the Copa)". Până la vârsta de 74 de ani şi-a făcut mai multe tipuri de operaţii estetice (n.r.).

ca Facetune le permit nepricepuţilor într-ale tehnologiei să îşi elimine cusururile şi să afişeze o „piele perfectă; un zâmbet perfect”, să îşi remodeleze chipurile şi corpurile, să şteargă anumite imperfecţiuni şi să dea din nou culoare părului grizonant. Essena O’Neill, fotomodel australian, avea o jumătate de milion de utilizatori care îi urmăreau activitatea în momentul în care s-a hotărât să arate adevărul din spatele postărilor ei strălucitoare de pe Instagram.120 O’Neill şi-a schimbat numele contului în *Reţelele sociale nu sunt viaţa adevărată*, a şters mii de poze vechi şi a modificat descrierile de sub altele. Una dintre fotografii o afişa pe O’Neill pe plajă în bikini:

NU E REALITATE – am făcut mai mult de o sută de poze în poziţii similare încercând să-mi fac abdomenul să arate bine. Abia dacă mâncasem ceva în acea zi. Am ţipat la sora mea să continue să tot facă poze până când am ajuns să fiu oarecum mândră de asta. Da, deci clarobiective.

Sub o altă poză cu O’Neill îmbrăcată într-o rochie elegantă într-un cadru de pe marginea unui lac:

NU E REALITATE – nu am cumpărat acea rochie, am făcut nenumărate poze încercând să arăt bine pentru Instagram, evenimentul m-a făcut să mă simt incredibil de singură.

Şi o a treia poză „neretuşată” cu O’Neillân bikini:

Editarea postării iniţiale: aici vedeţi ceea ce mie îmi place să numesc poză naturală perfect regizată. Nimic nu e natural aici. Deşi, da, a fost distractiv să ies la o sesiune dejogging şi înot în ocean dimineaţa, înainte de şcoală, am simţit o dorinţă puternică să mă pozez cu coapsele puţin depărtate paranteze, sânii evidenţiaţi bluzăcuburetedublu şi cu faţa întoarsă, pentru că e clar că cel mai plăcut bun al meu este corpul. Apreciaţi această poză pentru eforturile pe care le-am făcut ca să vă conving că sunt foarte foarte mişto materialdevedetă.

O’Neill a stârnit ceva reacţii. Foşti prieteni au acuzat-o de „100% autopromovare” şi alţii au spus despre noua ei campanie că ar fi „o farsă”. Dar zeci de mii de alte persoane au lăudat-o public. „Citiţi-i postările – fata asta e foarte tare”, a spus cineva. „Aaa, ce tare, ador ce face ea”, a spus altcineva. O’Neill dădea glas în mod public acelor lucruri pe care le simţeau mii de utilizatori de Instagram din întreaga lume: respectiv că presiunea de a afişa perfecţiune în fiecare fotografie este uriaşă, iar pentru mulţi oameni, de nesuportat. În ultima ei postare, O’Neill a scris: „Mi-am petrecut cea mai mare parte a vieţii de adolescentă ca dependentă de reţele sociale, aprobare socială, statut social şi de felul în care arăt. Reţelele sociale sunt formate din imagini regizate şi videoclipuri retuşate, mereu în competiţie unele cu celelalte. Este un sistem bazat pe aprobare socială, aprecieri, validare, vizualizări, succes cuantificat în număr de fani. Este o evaluare egocentrică perfect regizată”.

În octombrie 2000, Jim Young i-a spus prietenului său James Hong că a cunoscut o fată la o petrecere. După spusele lui Young, fata era „de nota zece”. Young şi Hong crescuseră împreună, au mers la liceu şi apoi la Stanford împreună, iar comentariul lui Young le-a dat ideea de a dezvolta im site împreună. „Asta se întâmpla într-o zi de luni”, îşi aminteşte Hong. „Nu avea pretenţia unui proiect serios. Ne prosteam doar. Jim mi-a trimis ceva vineri sau sâmbătă, m-am jucat cu materialul în weekend şi apoi l-am lansat în următoarea zi de luni. Aşa că a fost cam o săptămână de la idee până să lansăm ceva”.

Site-ul era întruparea Online a conversaţiei dintre Young şi Hong.121 La ora două după-amiaza în ziua lansării, au rugat 42 de prieteni să intre pe o pagină cu poza lui Hong şi un sistem de notare de la 1 la 10. „Nu fiţi răi”, le-a spus Hong prietenilor lui care fuseseră rugaţi să hotărască dacă Hong era „mişto sau nu”. Site-ul era exact

aşa de simplu: vizitatorii evaluau chip după chip, de la 1 (nu e mişto) la 10 (e mişto). După fiecare evaluare pagina se reîncărca şi afişa nota medie pe care o primise pe site fotografia. Aşa aflau imediat dacă sistemul lor intern de evaluare a frumuseţii corespundea celui folosit de alţii. În ziua de după lansare site-ul a fost accesat de 40.000 de oameni. Opt zile mai târziu atrăgea câte două milioane de accesări pe zi – toate acestea fără ajutor din partea reţelelor Facebook, YouTube, Twitter şi Instagram, care erau încă la câţiva ani distanţă de apariţiile lor online. Vizitatorii nu doar evaluau fotografii; le şi încărcau pe ale lor, fiind curioşi să afle dacă universul online îi considera atrăgători sau nu. Site-ul, pe care Hong şi Young îl botezaseră Hot or Not nu doar că se răspândise viral; dădea şi dependenţă. Şi nu făcea dependent doar segmentul obişnuit al băieţilor adolescenţi. „Mă uitam la site şi tatăl meu a intrat în cameră”, îşi aminteşte Hong. „Trebuie să ştiţi că fix atunci eu trebuia să îmi caut job, aşa că i-am spus: «A, asta e ceva la care lucrează Jim»”. Tatăl lui Hong a fost curios, aşa că Hong i-a arătat cum funcţiona site-ul. După o scurtă demonstraţie, tatăl lui Hong a pus mâna pe mouse şi a început să dea note. Hong îşi aminteşte: „Era bizar, pentru că tatăl meu a fost prima persoană pe care am văzut-o vreodată să devină dependentă de evaluarea altora pe criteriul atractivităţii. Trebuie să înţelegeţi, tatăl meu este un bărbat asiatic de 60 de ani, cu un doctorat în inginerie şi care, din punctul meu de vedere, era asexual – cu excepţia ocaziilor în care mă concepuse pe mine, pe fratele meu şi pe sora mea”. Tatăl lui Hong nu era singurul; milioane de utilizatori petreceau intervale lungi de timp pe site, fiind dispuşi inclusiv să aştepte 30 de secunde între imagini, care, în primele luni, se încărcau dureros de încet.

Hong şi Young lansaseră site-ul în joacă, dar cei care erau interesaţi să îşi facă reclamă online au început să îi

abordeze cu oferte serioase. Cei doi prieteni ar fi putut să câştige mii de dolari pe zi, dar cu o singură condiţie: unele dintre fotografii aveau caracter pornografic, iar specialiştii în publicitate nu erau dispuşi să lucreze decât cu site-uri care promiteau să îşi filtreze conţinutul. Părinţii lui Hong tocmai se pensionaseră, aşa că le-a cerut stânjenit să cureţe site-ul de pornografie. Amândoi deveniseră uşor dependenţi de site, aşa că au acceptat cu plăcere. Fiul lor tocmai le dăduse o scuză pentru a petrece mai mult timp pe site. La început au făcut faţă la cea mai mare parte a conţinutului nou adăugat pe site. „Hei, merge bine! E distractiv să te uiţi la oameni”, i-a raportat entuziasmat tatăl lui Hong. În momentul în care tatăl lui a început să-i arate unele dintre pozele interzise, Hong a hotărât că trebuia să găsească noi evaluatori. Nu putea suporta să-şi închipuie părinţii uitându-se toată ziua la poze porno.

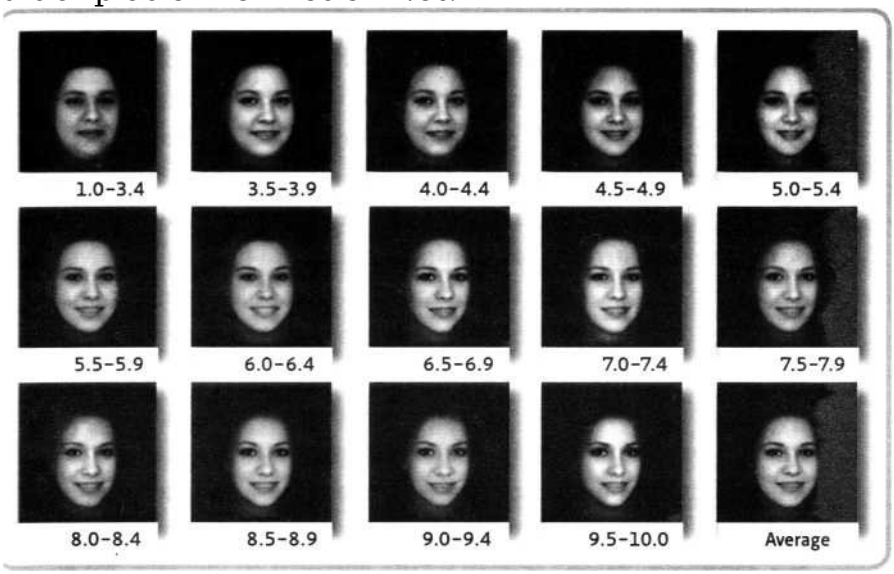
Hong şi Young nu au întâmpinat mari dificultăţi în a-i atrage pe unii dintre utilizatori pe post de moderatori. La fel ca părinţii lui Hong, se bucurau că aveau un motiv pentru care să stea ore bune pe site în fiecare zi. În timp, Hot or Not s-a transformat într-un site dedicat întâlnirilor – un precursor al lui Tinder şi al altor platforme online pentru întâlniri care puneau aspectul fizic mai presus de personalitate. Utilizatorii plăteau doar 6 dolari pentru a se putea înscrie pe site – sumă pe care Hong şi Young o aleseseră pentru că era echivalentul preţului a două beri într-un bar din zona Midwest. La apogeu, site-ul genera venituri de patru milioane de dolari pe an, din care profitul reprezenta 93%. Costurile pe care le aveau cu afacerea lor relaxată şi neintenţionat generatoare de dependenţă erau incredibil de mici. Există zvonuri conform cărora succesul rapid al lui Hong şi Young a fost inspiraţia lui Mark Zuckerberg pentru Face Mash, site-ul de evaluare a chipurilor care a bătătorit cărarea spre Facebook. În 2008, cei doi parteneri şi-au vândut site-ul pe 20 de milioane de

dolari unui magnat rus specializat pe site-uri de *dating*.

Atunci când au conceput Hot or Not, James Hong şi Jim Young au fost isteţi să includă aceleaşi funcţii care îi aduc atât de mult succes platformei Instagram: un motor de feedback social. După fiecare evaluare, utilizatorii descopereau cât de mult se apropiau percepţiile lor de cele ale miilor de alţi utilizatori. Uneori se potriveau şi alteori nu, dar ambele rezultate satisfăceau nevoi umane: cea de confirmare socială pentru corespondenţă şi cea de individualitate pentru disonanţă. (Sigur că nu strica dacă utilizatorii evaluau mai degrabă cât de atrăgător era un chip, şi nu, să zicem, cât de plăcute erau diferite peisaje. Considerând impulsul nostru nativ de a scruta orizontul pentru a descoperi potenţiali parteneri şi concurenţi, suntem în mod firesc interesaţi de atracţia fizică.)

Confirmarea socială, sau o perspectivă asupra lumii similară cu a altora, este un indicator care confirmă că aparţii unui grup de oameni care gândesc la fel. În termeni evolutivi, indivizii reuniţi în grupuri tindeau să supravieţuiască, în timp ce singuraticii erau eliminaţi, unul câte unul, aşa că să descoperi că semeni mult cu alţii e foarte reconfortant. Atunci când sunt privaţi de aceste legături, oamenii suferă de o formă de durere atât de intensă, încât adesea este numită „condamnare la moarte socială”. De asemenea, este şi un sentiment foarte durabil – doar să vă amintiţi de un moment în care cineva v-a exclus e suficient ca să stârniţi iar aceeaşi agonie, şi oamenii se referă adesea la situaţiile de excludere socială ca fiind printre cele mai întunecate amintiri pe care le au. Să descoperi că vezi un chip la fel cum îl văd şi alţii e o cale spre apartenenţă; confirmă că alţii îţi împărtăşesc perspectiva asupra realităţii. Confirmarea socială durează puţin şi avem nevoie de noi doze tot timpul. Această dorinţă de a primi confirmări repetate i-a impulsionat pe utilizatorii site-ului Hot or Not să evalueze „doar încă o

fotografie” iar şi iar. Un utilizator cu pseudonimul Manitoumi a creat o serie de portrete în care se contopeau toate chipurile cu scoruri similare.122 A arătat şi altora rezultatul, pentru ca şi ceilalţi utilizatori să poată vedea dacă părerile lor corespund cu cele ale utilizatorului obişnuit al platformei Hot or Not.



Totuşi dezacordurile ocazionale au şi ele beneficiile lor, pentru că reuşesc să ne amintească de faptul că nu suntem la fel ca toată lumea. Psihologii se referă la acest echilibru perfect prin termenul „distincţie optimă”, nivel pe care tindem să îl atingem atunci când suntem de acord cu ceilalţi în privinţa multor aspecte, dar nu cu toate.123 Fiecare atinge acel echilibru în mod diferit, dar frumuseţea lui Hot or Not a fost legată de furnizarea ambelor forme de feedback. Hot or Not a fost Instagramul site-urilor de evaluare a pozelor, dar ar fi putut la fel de bine să o ia pe calea lui Hipstamatic, dacă Hong şi Young ar fi ales să dezactiveze motorul de feedback. În schimb, a avut un succes grozav, pentru că mii de utilizatori erau motivaţi să descopere dacă versiunea lor de mişto oglindea

versiunea confirmată de toţi ceilalţi.

Tocmai eram pe punctul de a încheia discuţia pe care o aveam la telefon cu inginerul programator Ryan Petrie, când l-am auzit spunând: „E interesant, pentru că mă gândeam că urma să vorbim despre dependenţa mea de jocuri”. Petrie a crescut proiectând jocuri video, aşa că l-am sunat să îl întreb de ce unele jocuri dau mai multă dependenţă decât altele. Nu luasem în considerare posibilitatea ca el să fi fost dependent chiar de jocurile pe care le făcea. „Am fost foarte dependent aproape optsprezece luni, pe vremea când eram student”, mi-a spus Petrie. „Încercam să fiu online toată ziua, în fiecare zi. Intram online înainte de cursuri, între cursuri la biblioteca universităţii şi imediat ce ajungeam acasă după ce se terminau cursurile”. În medie, Petri se juca în fiecare zi între şase şi opt ore, iar zilele „bune” erau pierdute exclusiv cu jocurile. Nu a luat note de trecere la cursuri şi şi-a petrecut un semestru într-o perioadă de probă academică. Aflat pe punctul de a fi dat afară, Petrie s-a înverşunat să petreacă mai mult timp la cursuri şi mai puţin cu jocurile, iar pasiunea lui a redevenit controlabilă.

Petrie este designer de modă veche. Pe când era copil, la începutul anilor 1980, a văzut cum fratele lui şi-a petrecut o vară întreagă cu programarea pe un Apple Ile a unei clone după concursul *Roata norocului*, într-un format bazat pe text. Pentru micul Ryan a fost ceva magic. „Fratele meu mi-a arătat codul tipărit pe o hârtie şi nu mi-a venit să cred că acea incantaţie scrisă se transforma într-un joc video. L-am întrebat ce făcea fiecare linie de cod, iar şi iar, şi curând îmi cream şi eu propriile jocuri”. A început cu un joc bazat pe text care îl avea în centru pe Indiana Jones şi care se întindea pe trei camere virtuale. Îşi aminteşte că era „groaznic”, dar curând a început să facă progrese. EA Sports l-a angajat după facultate şi în ultima perioadă a lucrat şi la Google şi la Microsoft.

„Ai auzit vreodată de MUD?”, m-a întrebat Petrie. „O închisoare cu mai mulţi jucători?” Nu auzisem, dar având în vedere numele, nici nu eram sigur că voiam să aflu mai mult. Petrie fusese dependent de MUD în timpul facultăţii. Jocurile MUD sunt jocuri simple cu diferite caractere, în format bazat pe text, în care jucătorii dau instrucţiuni calculatorului prin scrierea de comenzi în cod şi apoi aşteaptă ca ecranul să se încarce din nou pentru a primi feedback şi alte instrucţiuni. Jocurile MUD tradiţionale sunt pline de text şi nu au deloc elemente grafice, aşa că reuşesc să se actualizeze rapid, chiar şi în reţele foarte lente. Le lipsesc complet sunetele şi elementele vizuale stridente specifice celor mai multe dintre jocurile de azi, aşa că nu ai parte decât de propria imaginaţie şi de cuvintele de pe ecran. Varianta preferată al lui Petrie presupunea misiuni pe care le finaliza cu succes împreună cu alţi utilizatori de peste tot din lume. Aceşti utilizatori i-au devenit prieteni şi se simţea vinovat pentru că avea senzaţia că îi abandona de fiecare dată când nu era online. Această componentă socială a jocului a fost cea care l-a ţinut captiv pe Petrie.

Jocurile MUD au un fel anume de puritate, pentru că, spre deosebire de jocurile moderne, nu se bazează pe strălucire şi efecte. Petrie era vrăjit exclusiv de sentimentul că juca alături de alţi indivizi. Poate că nu erau în aceeaşi cameră cu el, dar aveau cu toţii un scop comun. Jocul avea şi o funcţie de chat, aşa că jucătorii puteau să se laude între ei pentru succese sau să se încurajeze reciproc atunci când erau învinşi de inamici mai puternici. Petrie mi-a spus că acest tip de joc încă mai există, dar cele existente au fost eclipsate de jocuri cu bugete mari – cam la fel ca raportul dintre producţiile extravagante de la Hollywood faţă de iubitele sale capodopere indie. „După atâta timp, acel MUD încă este cel mai bun joc pe care l-am jucat vreodată. Întotdeauna

mi-am dorit să fac unul exact la fel, dar după ce am reuşit să scap de dependenţă am pus la îndoială moralitatea proiectării unui astfel de joc”.

Jocul MUD al lui Petrie era captivant, dar nu se compara cu jocurile de astăzi care generează cele mai mari dependenţe: MMO-urile, cum ar fi World of Warcraft sau League of Legends. Jocurile MUD nu erau pentru mase, ci atrăgeau un grup relativ mic şi sofisticat de fini cunoscători ai calculatoarelor. În schimb, o sută de milioane de indivizi şi-au făcut conturi în WoW. Jocurile MMO sunt mai sofisticate decât cele MUD, dar, dacă le dai jos elementele grafice impresionante şi efectele sonore, rămâi cu aceeaşi structură esenţială: o serie de misiuni şi interacţiuni la distanţă între jucători care devin prieteni, care se bazează unii pe alţii pentru sprijin atât în joc, cât şi în afara acestuia.

La câteva săptămâni după ce am vorbit cu Isaac Vaisberg, fostul dependent de WoW pomenit mai devreme, am vizitat sediul reSTART din Washington. În mod evident, Vaisberg se bucura din plin de prieteniile lui online, aşa că nu mi-era clar de ce experţii nu erau încântaţi de interacţiunile online. Hilarie Cash, psiholog clinician şi cofondatoare a reSTART, mi-a explicat că „nu e nimic în neregulă să-ţi faci prieteni online, câtă vreme îţi faci prieteni şi în lumea reală.12”[25] Dacă suntem prieteni buni şi stăm împreună, acea interacţiune, acel schimb energetic degajă un întreg buchet de substanţe neuro-chimice care ne echilibrează pe amândoi în plan emoţional şi fizic. Şi pentru că suntem animale sociale ni se cuvine să avem o mulţime de astfel de interacţiuni care ne oferă siguranţă şi atenţie şi care ne menţin echilibraţi. Nu suntem destinaţi să fim insule izolate”. Prieteniile online care dau dependenţă şi care îi atrag pe tinerii jucători nu simt

25 Massive Multiplayer Online Game – o categorie de jocuri online cu un număr uriaş de jucători (n.t.).

periculoase pentru ceva ce ne oferă, ci din cauza lucrurilor pe care nu pot să ni le ofere: ocazia să învăţăm ce înseamnă să stăm, faţă în faţă, în timp ce avem o conversaţie cu o altă persoană. Dansul degetelor care lovesc tastele – chiar şi interacţiunile la distanţă prin camere web – se supune unui cu totul alt ritm şi transmite informaţii pe o lăţime de bandă mult mai îngustă. „E important chiar şi mirosul unei alte persoane, contactul vizual susţinut aferent situaţiei de a fi în aceeaşi cameră”, mi-a spus Cash. Ea mi-a amintit şi că oamenii care comunică prin webcam nu par să se privească în ochi niciodată, pentru că ochii celeilalte persoane nu sunt perfect aliniaţi cu acea cameră web care le transmite lor privirea ta. „Seamănă bine cu situaţia în care îi dai zahăr unei persoane înfometate”, mi-a spus Cash. E plăcut pe termen scurt, dar în cele din urmă, va muri de foame”.

Cash m-a invitat să particip la o sesiune de discuţii de grup cu pacienţii internaţi în centru. În timp ce începea sesiunea, ea repeta o mantra pe care o auzisem deja de câteva ori: „Aminteşte-ţi: odată ce creierul tău castravete ţi s-a murat, nu se va mai putea transforma niciodată înapoi în castravete”. Fraza era menită să îi descurajeze pe pacienţii de la centru să facă ceea ce făcuse Vaisberg atunci când părăsise centrul: să creadă că puteau să joace doar un joc fără să recidiveze. Cash încerca să explice că, într-un fel, creierii celor de la centru se muraseră pentru totdeauna şi că dependenţele lor vor rămâne întotdeauna pe punctul de a se reactiva. Mantra era o modalitate simpatică de a spune ceva foarte dureros: este imposibil să scapi vreodată complet de consecinţele durabile ale dependenţei. De asemenea, Cash folosea mantra şi pentru a explica ce se întâmplă atunci când creierul este privat de interacţiuni sociale offline. Aşa cum mi-a spus-o ea: „Dacă îţi petreci timpul mereu Online, o parte din tine se ofileşte”.

Cash mi-a sugerat să vorbesc cu Andy Doan, un neurolog care studiase învăţarea şi memoria la John's Hopkins.12* Mi-a spus că Doan era un expert în dependenţa de jocuri care putea să îmi spună mai multe despre efectele negative ale interacţiunilor online cu alte persoane. L-am sunat pe Doan imediat ce m-am întors în New York. El lucrează acum ca medic chirurg specializat în oftalmologie, dar a citit şi a scris pe larg despre dependenţă. El mi-a spus că jocurile care dau dependenţă au trei elemente esenţiale: „Prima parte este cufundarea – senzaţia că eşti integrat în joc. Al doilea este realizarea – sentimentul că reuşeşti să faci ceva. Şi al treilea – şi de departe cel mai important – elementul social". Dependenţa de jocuri s-a răspândit îngrijorător, mi-a spus Doan, pentru că a devenit mai uşor să comunicăm în timp real cu alţi jucători datorită conexiunilor de mare viteză. S-au dus vremurile reţelelor greoaie şi ale iubitelor, deşi periferice, jocuri MUD ale lui Ryan Petrie, care îi făceau dependenţi pe mult mai puţini indivizi. Acum Isaac Vaisberg şi zeci de milioane de alţi jucători înrăiţi pot să construiască prietenii virtuale care aproape arată şi trezesc emoţii ca cele reale.

Doan a explicat de ce un creier crescut cu prietenii online nu poate niciodată să se adapteze complet la interacţiunile din lumea reală. În anii 1950 şi 1970, într-o serie celebră de experimente, cercetătorii Colin Blakemore şi Grahame Cooper care studiau vederea, au demonstrat că ceea ce vede un pui de pisică îi modelează funcţionarea creierului pentru tot restul vieţii, într-un experiment aceştia au închis pui de pisică într-o cameră foarte întunecată până când au împlinit cinci luni. O dată pe zi scoteau din cameră jumătate dintre pisici şi le aşezau într-un cilindru acoperit cu dungi orizontale albe şi negre. Pe cei rămaşi îi aşezau într-un cilindru similar, doar că acesta era acoperit cu dungi albe şi negre verticale. Aşadar,

jumătate dintre pisici au văzut numai linii verticale şi jumătate doar linii orizontale. Aceştia au explicat că, pentru fiecare pui de pisică, „nu existau colţuri în mediul propriu, iar limitele superioare şi inferioare ale lumii lor erau foarte depărtate între ele. Nu îşi putea vedea nici măcar propriul corp, pentru că purtau un guler negru lat care îi limitau câmpul vizual”. Ei au adăugat, oferindu-le puţină alinare celor care erau măcar vag preocupaţi de bunăstarea animalelor, că „pisicile nu au părut să fie deranjate de monotonia mediului înconjurător şi îşi petreceau perioade lungi cu inspectarea pereţilor cilindrului”.

Când Blakemore şi Cooper le-au permis pisicilor să umble într-o cameră normală, acestea au fost foarte dezorientate. Toate, indiferent dacă fuseseră expuse la linii orizontale sau verticale, au avut mari dificultăţi în estimarea distanţei la care se aflau faţă de obiecte. Dădeau peste picioarele meselor, nu reuşeau să sară înapoi când cercetătorul se purta ca şi cum urma să le atingă feţele şi nu puteau să urmărească obiecte în mişcare decât dacă făceau şi zgomot. (Dacă aţi văzut cu câtă înverşunare fug pisicile după proiecţiile laser, înţelegeţi cât de ciudat este ca o pisică să ignore o minge care se rostogoleşte.) Când au examinat activitatea cerebrală de la nivelul creierelor puilor de pisică, Blakemore şi Cooper au descoperit că pisicile care fuseseră expuse la medii verticale nu reacţionau în niciun fel la liniile orizontale şi nici cele expuse la medii orizontale nu reacţionau la linii verticale. Creierii lor erau efectiv orbi în faţa stimulilor la care nu fuseseră expuse în mod firesc în timpul primelor câteva luni de viaţă. Andy Doan mi-a spus că această situaţie era ireversibilă. Cortexul vizual din interiorul capetelor acestor biete pisici fusese murat pentru totdeauna şi nici măcar expunerea lor la medii normale pentru tot restul vieţilor lor nu le ajuta să inverseze multe dintre consecinţele

aferente vieţilor lor ciuntite de la început.

Doan a făcut o analogie cu pacienţii lui Hilarie Cash care erau internaţi la reSTART. Termenul de specialitate pentru ceea ce le-au indus pisicilor Blakemore şi Cooper se numeşte ambliopie vizuală (varianta greacă a „vederii obtuze"). Doan mi-a spus că acei copii crescuţi cu mult internet suferă de un fel de ambliopie emoţională. Copiii îşi dezvoltă diferite abilităţi cognitive la diferite vârste, în aşa-numitele perioade critice. Asimilează cu uşurinţă noi limbi până la patru sau cinci ani, după care nu mai pot învăţa limbi noi fără eforturi considerabile. Un raţionament similar este valabil şi pentru aptitudinile sociale – şi pentru învăţarea felului în care se poate explora lumea complexă a sexualităţii adolescentine. Dacă nu au ocazia să interacţioneze faţă în faţă, există o probabilitate crescută ca acei copii să nu mai asimileze niciodată acele abilităţi.

Cash a întâlnit zeci de adolescenţi, majoritatea băieţi, dar şi fete, care nu au nicio problemă să interacţioneze online unii cu alţii, dar care nu pot purta o conversaţie cu cineva care stă în faţa lor. Problema se agravează atunci când încurajezi băieţi şi fete să interacţioneze. „Cum înveţi să vorbeşti, să flirtezi, să te comporţi la întâlniri şi să ajungi în dormitor, dacă nu ai interacţionat cu alţii decât online?", a întrebat Cash. „Băieţii noştri sunt deturnaţi şi ajung să aibă tulburări de intimitate. Nu au aptitudinile necesare pentru a aduce la un loc sexualitatea şi intimitatea. Mulţi dintre ei recurg la pornografie în loc să construiască relaţii reale şi niciodată nu par să ajungă să înţeleagă cu adevărat intimitatea autentică". Cash s-a referit la „băieţii noştri" pentru că centrul nu mai primeşte femei. „Timp de patru ani am internat femei, dar a trebuit să ne revizuim politica după ce mai mulţi pacienţi au ignorat regula «fără intimitate fizică». Pe atunci aveam mult mai multe cereri de internare din partea bărbaţilor, aşa că am hotărât să nu mai primim femei. Acum, odată cu

expansiunea jocurilor relaxate fără violenţă şi a celor sociale, avem aproape la fel de multe cereri din partea femeilor pe cât avem şi din partea bărbaţilor. S-ar putea să trebuiască să ne reevaluăm politica”.

Chiar şi dependenţii care, asemenea lui Isaac Vaisberg, reuşesc cumva să câştige la loteria şarmului, rămân susceptibili să dezvolte o varietate de tulburări psihologice şi sociale. Un studiu a arătat că jucătorii înverşunaţi cu vârste cuprinse între zece şi cincisprezece ani şi care se joacă mai mult de trei ore pe zi sunt mai puţin satisfăcuţi de vieţile lor, mai puţin predispuşi să fie empatici faţă de alţii şi este mai puţin probabil ca aceştia să ştie cum să îşi gestioneze adecvat emoţiile.126 Trei ore pe zi s-ar putea să sune mult, dar studii recente au arătat că puştii petrec în faţa ecranelor, în medie, între cinci şi şapte ore în fiecare zi. Când membrii generaţiei Y vor deveni adulţi, există o probabilitate semnificativă să aibă creierii sociali muraţi.

Viitorul dependenţei comportamental (şi câteva soluţii)

Partea a treia

™l I Cum să eliminăm dependenţele JLW I de la bun început

Astăzi, elevul obişnuit cu vârsta între opt şi optsprezece ani îşi petrece o treime din viaţă dormind, o treime la şcoală şi o treime cu noile forme de media, de la smartphone-uri şi tablete la televizoare şi laptopuri. Îşi petrece mai mult timp comunicând prin intermediul unui dispozitiv decât o face direct, faţă în faţă, cu alte persoane. De la începutul noului mileniu, procentul de joacă în absenţa unui ecran a scăzut cu 20%, în timp ce rata alocată jocurilor pe ecrane a crescut cam tot pe atât. Aceste statistici nu sunt în mod obligatoriu îngrijorătoare – lumea se schimbă constant –, dar în 2012 şase cercetători au demonstrat că oamenii au un preţ de plătit.

În vara lui 2012, 51 de copii au mers în tabără în apropierea oraşului Los Angeles.127 Copiii erau puşti obişnuiţi în raport cu profilul elevilor din şcolile publice din zona de sud a Californiei: un amestec echilibrat de fete şi băieţi în vârstă de doisprezece sau treisprezece ani, provenind din diferite medii etnice şi socioeconomice. Cu toţii aveau acces la calculator acasă şi aproximativ jumătate aveau telefon. Îşi petreceau în fiecare zi o oră cu mesaje scrise către prieteni, cam două ore şi jumătate se uitau la televizor, iar pe calculator se jucau puţin mai mult de o oră. În acea săptămână, copiii urmau să îşi lase acasă telefoanele, televizoarele şi consolele de jocuri. În schimb, au mers în drumeţii, au învăţat să folosească busola şi au tras cu arcul. Au învăţat să facă de mâncare la foc de tabără şi cum să deosebească o plantă comestibilă de una otrăvitoare. Nu li s-a indicat explicit să se privească în ochi, faţă în faţă, dar în absenţa dispozitivelor media exact asta s-a întâmplat. În loc să citească „LOL[26] [27]„şi să se holbeze la pictograme zâmbitoare, chiar au râs şi au glumit. Sau nu, dacă erau trişti sau supăraţi.

În dimineaţa zilei de luni, când au ajuns în tabără, copiii au dat un scurt test numit DANVA2”. E un test distractiv – unul dintre acele teste care se răspândeşte viral pe Facebook – pentru că tot ce ai de făcut este să interpretezi stările emoţionale ale unor străini.

Jumătate din test ţi-o petreci uitându-te la poze cu chipurile lor, iar în cealaltă jumătate îi asculţi în timp ce citesc o propoziţie cu voce tare. Apoi decizi dacă sunt trişti, fericiţi, mânioşi sau speriaţi. S-ar putea să sune banal, dar nu este. Unele dintre feţe şi unele dintre voci sunt uşor de citit – acestea sunt etichetate ca având

---

26 Abreviere consacrată pentru Laughing Out Loud – „a râde în hohote" (n.t.).

27 Acronim pentru Diagnostic Analysis of Nonverbal Behavior – Testul de recunoaştere a acurateţii non-verbale (n.t.).

„intensitate mare” –, dar multe dintre ele sunt subtile. La fel cu a te hotărî dacă Mona Lisa zâmbeşte discret sau e pur şi simplu plictisită sau nefericită. Eu am făcut testul şi am greşit câteva răspunsuri. Un tip suna de parcă ar fi fost uşor deprimat, dar testul mi-a spus că de fapt era uşor speriat. Copiii din tabăra de vară au trecut prin acelaşi lucru. Au făcut, în medie, 14 erori pentru cele 48 de elemente din test.

După patru zile de tabără şi drumeţii, copiii erau pregătiţi să se urce în autobuze pentru a se întoarce acasă. Înainte să facă asta, cercetătorii le-au dat din nou testul DANVA2. Aceştia s-au gândit că o săptămână de interacţiuni faţă în faţă, fără distrageri din partea dispozitivelor, s-ar putea să îi facă pe copii mai sensibili la semnalele emoţionale. Există motive întemeiate pentru care s-ar presupune că practica duce la progres când vine vorba despre interpretarea indiciilor emoţionale. Copiii care simt crescuţi în condiţii de izolare – cum ar fi celebrul Băiat sălbatic din Aveyron care a fost crescut de lupi într-o pădure din Franţa până la vârsta de nouă ani – nu învaţă niciodată să citească semnalele emoţionale. Iar persoanele care sunt obligate să stea izolate au mari dificultăţi în a interacţiona cu alţii atunci când ies din izolare şi uneori se luptă cu acest handicap pentru tot restul vieţii. Copiii care petrec timp împreună învaţă să interpreteze semnale emoţionale şi prin feedback repetat: ai putea să crezi că motivul pentru care colegul tău de joacă ţine în mână o jucărie este pentru că vrea să vă jucaţi împreună, dar dacă te uiţi la chipul lui vei înţelege că este pe punctul de a folosi jucăria ca armă.

Interpretarea emoţiilor este o aptitudine delicată care se atrofiază dacă nu este exersată şi se rafinează odată cu exerciţiul, iar asta este ceea ce au descoperit cercetătorii la tabăra de vară. Copiii s-au descurcat mult mai bine a doua oară când au dat testul DANVA2. Nu li se

dezvăluiseră soluţiile corecte după prima aplicare a testului, dar procentul de erori a scăzut cu 33%. Cercetătorii au cerut şi unui grup de control de copii de la aceeaşi şcoală să dea testul de două ori. Aceşti copii nu au mers în tabără, aşa că au dat testul luni dimineaţa şi vineri după-amiază, la fel ca puştii din tabără. Şi la ei a scăzut puţin rata erorilor – cu 20% – probabil pentru că există un oarecare beneficiu datorat repetării testului, însă nivelul progresului a fost mult mai puţin impresionant decât în cazul celor care fuseseră în tabără.

Sigur, sunt multe aspecte diferite între o săptămână petrecută în oraş şi una în tabără. În afară de accesul la gadgeturi şi timpul petrecut faţă în faţă cu prietenii, mai există o mulţime de alte diferenţe care ar fi putut explica ratele diferite de progres înregistrate de cele două grupuri la testul DANVA2. Oare petrecerea timpului în natură îmbunătăţeşte funcţiile cognitive? Sau devii mai deştept când petreci timp cu semeni de-ai tăi? Sau faptul că te ţii departe de gadgeturi face diferenţa? Este imposibil de răspuns cu certitudine, dar asta nu schimbă recomandarea: copiii se descurcă mai bine la o sarcină care le creşte calitatea interacţiunilor sociale atunci când petrec mai mult timp cu alţi copii într-un mediu natural, decât atunci când îşi petrec o treime din vieţi lipiţi de ecrane luminate.

Copiii sunt în mod special vulnerabili în faţa dependenţei, pentru că le lipseşte autocontrolul care îi împiedică pe mulţi adulţi să deprindă obiceiuri care dau dependenţă. Societăţile de reglementare reacţionează prin refuzul de a vinde copiilor alcool şi ţigări – dar foarte puţine societăţi reglementează dependenţele comportamentale. Copiii încă pot să se joace ore la rând cu tehnologii interactive şi încă pot să joace jocuri video oricât de mult le permit părinţii. (Coreea şi China au flirtat

cu aşa-numitele legi ale Cenuşăresei[28], care le interzic copiilor să se joace între miezul nopţii şi ora şase dimineaţa.)

De ce nu ar trebui să li se permită copiilor să se joace cu tehnologii interactive ore la rând? 128 Şi de ce, aşa cum am menţionat în prolog, le interzic atât de mulţi experţi în tehnologie propriilor copii să folosească tocmai dispozitivele pe care ei le creează şi le promovează în mod public? Adevărul este că nu vom şti, încă ceva vreme, cum reacţionează copiii la utilizarea în exces a tehnologiei. Prima generaţie de utilizatori nativi de iPhone a ajuns abia la vârsta de opt sau nouă ani, iar prima generaţie de utilizatori nativi de iPad se află încă la pragul de şase sau şapte ani. Nu au ajuns la vârsta adolescenţei, aşa că nu se poate şti exact cât de diferiţi sunt faţă de semenii lor care sunt doar puţin mai mari decât ei. Dar ştim la ce să ne uităm. Tehnologia absoarbe unele dintre activităţile cognitive de bază care erau cândva universale. Copiii din anii 1990 şi de mai devreme memorau zeci de numere de telefon; interacţionau între ei mai mult decât cu dispozitive; şi îşi inventau propria distracţie în loc să ia distracţie gata fabricată din aplicaţii la 99 de cenţi.

Cu câţiva ani în urmă am început să fiu interesat de ceea ce numim imunizarea greutăţilor. Conform acestei idei, a te lupta cu un puzzle cognitiv – cum ar fi să încerci să-ţi aminteşti un număr de telefon sau să te hotărăşti ce vrei să faci într-o după-amiază lungă de duminică – te imunizează împotriva viitoarelor greutăţi mintale, la fel cum vaccinurile ne imunizează împotriva bolilor. De exemplu, să citeşti o carte e mai dificil decât să te uiţi la televizor (David Denby, critic de film pentru *New Yorker*, a scris recent că, pe măsură ce cresc, copiii abandonează cărţile. „Cărţile miros a bătrâneţe”, l-a auzit din

28 în original, Cinderella laws (n.t.).

întâmplare pe un adolescent spunând.129) Există dovezi bune până acum în sprijinul ideii că greutăţile mintale în doze mici ne fac bine. Tinerii adulţi se descurcă mult mai bine la sarcini cognitive cu chichiţe atunci când au rezolvat mai devreme altele dificile (nu unele uşoare). Şi atleţii adolescenţi se hrănesc din provocări: de exemplu, am descoperit că echipele de baschet din facultăţi se descurcă mai bine atunci când au programe mai solicitante în presezon. Aceste dificultăţi iniţiale blânde sunt esenţiale. Este periculos să-i privăm pe copiii noştri de ele prin înmânarea unui dispozitiv care face totul mai uşor – atâta doar că nu ştim cât de periculos.

Atunci când ne bazăm prea mult pe tehnologie ajungem şi la un fenomen cunoscut sub numele de *amnezie digitală*. În două studii, mii de adulţi americani şi europeni au avut dificultăţi în a-şi aminti o serie de numere de telefon importante. Le-a fost dificil să îşi amintească numerele de telefon ale copiilor şi numărul centralei de la locul de muncă. La alte întrebări, 91% dintre participanţi şi-au descris telefoanele ca fiind „extensii ale creierilor lor”. Majoritatea a spus că ar căuta răspunsuri Online la întrebări înainte să încerce să răspundă singuri, din memorie, iar 70% au spus că ar simţi tristeţe sau panică dacă şi-ar pierde telefoanele mobile, chiar şi pentru puţin timp. Cei mai mulţi au spus că existau în telefoanele lor informaţii pe care nu le aveau în minte şi care nu erau păstrate în niciun alt loc.

Psihologul Sherry Turkle de la MIT a afirmat şi că tehnologia îi face pe copii să comunice prost.10 Să luăm drept exemplu mesajele scrise, pe care mulţi copii (şi adulţi) le preferă în detrimentul apelurilor telefonice. Textele scrise ne permit să modelăm mesajele mai exact decât prin viu grai. Dacă de obicei răspunzi cu „haha” la o glumă, poţi să scrii „hahaha” pentru a semnala că aceasta este în mod deosebit de amuzantă – sau „HAHAHA” dacă

poanta e senzaţională. Dacă eşti nervos, poţi să răspunzi prin tăiosul „k” şi dacă eşti furios poţi să alegi să nu răspunzi deloc. Pentru a ţipa foloseşti un singur”!” şi pentru a exclama zgomotos foloseşti”!!” sau chiar”!!!”. Aceste semnale au un fel de precizie matematică – poţi număra grupurile de „ha” sau simbolurile”!” –, aşa că mesajele scrise sunt ideale şi pentru emiţătorii care tind să se ferească de riscuri şi sunt îngrijoraţi în privinţa erorilor de comunicare. Dezavantajul evident este că nimic nu e spontan şi foarte puţin e ambiguu atunci când respecţi regulile vorbirii scrise. Nu există semnale non-verbale; nici pauze, ritm, chicoteli neplanificate sau oftat care să sublinieze mesajul. Fără aceste indicii, copiii nu pot învăţa să comunice faţă în faţă.

Turkle ilustrează limitările unei comunicări prin telefon menţionând o remarcă pe care comediantul Louis C.K. i-a împărtăşit-o lui Conan O’Brien în 2013. El explica atunci că el nu creştea copii, ci el îi creşte pe adulţii în care urmează să se transforme aceştia. Telefoanele, spunea el, sunt „toxice, mai ales pentru copii”.

Nu se uită la oamenii care vorbesc cu ei. Şi nu îşi dezvoltă empatia. Ştii, copiii sunt răutăcioşi. Iar asta pentru că testează. Se uită la un copil şi-i spun: „Eşti gras”. Când văd cum i se schimonoseşte chipul, se gândesc: „O, nu e o senzaţie plăcută să ţi se spună asta”… dar când scriu „Eşti gras” reacţionează gen „Mmm, a fost distractiv, îmi place”.

Pentru Louis C.K. comunicarea faţă în faţă este esenţială, pentru că este singura modalitate prin care copiii pot înţelege cum îi afectează cuvintele lor pe alţii.

În timp ce scriu aceste rânduri se împlinesc două săptămâni de când soţia mea l-a născut pe primul nostru copil. Sam Alter s-a născut într-o lume a ecranelor. Ecranul de pe aparatul de monitorizare poartă vocile şi chipurile noastre până în camera lui. Ecranul de pe iPad-ul meu îi

face cunoştinţă cu bunicii, unchiul şi verii lui de peste tot din lume. Televizorul din sufrageria noastră afişează imagini în mişcare şi sunete în timp ce îl legănăm ca să adoarmă. Cu timpul va învăţa să folosească singur iPad-ul şi televizorul. Apoi va învăţa să folosească smartphone-urile şi calculatoarele şi cine ştie ce dispozitive care vor fi în curând inventate şi se vor nimeri să devină definitorii pentru generaţia lui, la fel cum calculatoarele şi telefoanele inteligente au fost reprezentative pentru a noastră. În multe privinţe, aceste ecrane îi vor îmbogăţi copilăria: se va uita la videoclipuri, se va juca şi va interacţiona cu alţii în feluri pe care strămoşii lui le considerau SF. Dar există o probabilitate semnificativă să-i şi ia din copilărie. Lumile bidimensionale ale ecranelor sunt versiuni mai sărace ale realităţii. Interacţiunile sociale sunt diluate, există mai mult loc pentru producţii de-a gata şi mai puţin loc pentru imaginaţie şi explorare. Aşa cum mi-a spus Andy Doan, timpul pe care îl petrec copiii cu ecranele ajunge să influenţeze cum interacţionează aceştia cu restul lumii pentru tot restul vieţii. E mai uşor să atingi echilibrul optim mai devreme decât să corectezi mai târziu tipare nesănătoase.

Un subgen al videoclipurilor de pe YouTube arată cum reacţionează bebeluşii la ecrane: nu ştiu cum să folosească revistele. Unul dintre aceste videoclipuri are mai mult de cinci milioane de vizionări. Înfăţişează o fetiţă de un an care foloseşte iPad-ul ca un profesionist. Ea trece de la un ecran la altul şi râde fericită pe măsură ce dispozitivul se supune voinţei sale. Gestul de măturare a ecranului, pe care cei de la Apple l-au prezentat odată cu primul lor iPhone, în 2007, este la fel de firesc pentru ea ca respiratul sau mâncatul. Dar atunci când se află în faţa unei reviste, fetiţa continuă să mătură cu degetul, devenind nemulţumită când pozele inerte din faţa ei refuză să se transforme în altele noi. Ea este printre primii

oameni care vor înţelege lumea astfel – să creadă că are putere fără margini asupra mediului vizual şi capacitatea să depăşească degradarea flecări experienţe prin întâmpinarea înlocuitoarei cu o mişcare dispreţuitoare din deget. Videoclipul este potrivit intitulat „O revistă este un iPad defect”, iar comentariile asociate videoclipului pun întrebări ca: „Poţi să explici de ce i-ai da un iPad unui copil de un an?”

IPad-urile uşurează mult munca de părinte. Acestea le oferă divertisment regenerabil copiilor cărora le place să urmărească videoclipuri sau să se joace, aşa că sunt un miracol pentru părinţii suprasolicitaţi şi mult prea obosiţi. Dar în acelaşi timp stabilesc şi precedente periculoase de care copiii se vor chinui să scape în drumul spre maturitate. Hilarie Cash de la reSTART are opinii ferme pe această temă. Nu e puritană, dar a văzut cu ochii ei efectele supraexpunerii. „Copiii nu ar trebui să fie expuşi la ecrane înainte să aibă doi ani”, spune ea. Cash susţine că interacţiunile lor ar trebui să fie directe, sociale, la prima mână şi concrete. Acei primi doi ani stabilesc standardul pentru maniera în care vor interacţiona copiii cu lumea în momentul în care vor avea trei ani, patru, şapte, doisprezece şi tot aşa. „Ar trebui să li se permită să se uite la televizor în mod pasiv până când ajung la şcoala primară – în jurul vârstei de şapte ani –, moment în care ar trebui să li se prezinte formele interactive de media, ca iPad-urile şi smartphone-urile”, spune Cash. Ea sugerează şi să limităm intervalul de timp petrecut cu ochii în ecrane la două ore pe zi, chiar şi în cazul adolescenţilor. Recunoaşte că „nu e uşor. Dar este esenţial. Copiii au nevoie de somn, de activitate fizică, de timp petrecut cu familia şi de timp în care să-şi folosească imaginaţia”. Aceste lucruri nu se pot întâmpla atunci când simt pierduţi în lumea ecranelor.

Academia americană de pediatrie (AAP) este de

acord cu Cash. „La televizor şi la alte medii de divertisment nu ar trebui să fie expuşi bebeluşii şi copiii sub doi ani”, recomanda AAP într-un raport online. „Creierul unui copil se dezvoltă rapid în timpul acestor primi ani şi copiii învaţă cel mai bine prin interacţiuni cu oamenii, nu cu ecranele”. S-ar putea să fie aşa, dar abstinenţa este cam greu de impus când ecranele sunt peste tot. Chiar şi în 2006 – cu patru ani înainte ca Apple să lanseze primul model de iPad – Fundaţia Kaiser a descoperit că 43% dintre copiii mai mici de doi ani se uitau zilnic la televizor şi 85% se uitau cel puţin o dată pe săptămână. Fix 61% dintre copiii cu vârste de până la doi ani petreceau un timp în faţa unui ecran în fiecare zi. În 2014, o organizaţie numită Zero to Three semnala că 38% dintre copiii mai mici de doi ani folosiseră un dispozitiv mobil (comparativ cu 10% în 2012). Până să împlinească patru ani, 80% dintre copii folosiseră un dispozitiv mobil.

Zero to Three alege o abordare mai blândă decât cei de la AAP, recunoscând că o anumită perioadă în faţa ecranului este aproape inevitabilă. În loc să interzică de tot ecranele, Zero to Three recomandă anumite *tipuri* de timp petrecut în faţa ecranelor. Raportul lor începe astfel:

Un număr considerabil de cercetări arată că cel mai important factor care influenţează dezvoltarea sănătoasă a copilului este o relaţie pozitivă între părinte şi copil, caracterizată de interacţiuni blânde şi iubitoare, în cadrul cărora părinţii şi cei care au grijă de copil reacţionează sensibil la semnalele celui mic şi îi pun la dispoziţie activităţi potrivite vârstei care să cultive curiozitatea şi învăţarea.

În mod evident AAP este de acord – declaraţia pe care au făcut-o referitor la consumul de media în rândul bebeluşilor se încheie cu: „Copiii mici învaţă cel mai bine din interacţiuni cu oamenii, nu cu ecranele”. Diferenţa dintre ei este că Zero to Three ia în calcul şi că cei mici pot

să dezvolte interacţiuni sănătoase cu ecranele, câtă vreme părinţii sunt şi ei implicaţi. În loc să interzică ecranele, aceştia vorbesc despre trei calităţi importante ale timpului petrecut în mod sănătos în faţa ecranului.

Întâi, părinţii ar trebui să îşi încurajeze copiii să facă legături între ceea ce văd în lumea ecranelor şi experienţele pe care le au în lumea reală. Dacă o aplicaţie le cere copiilor să aranjeze cuburi de lemn în funcţie de culoare, părinţii ar putea să le ceară acelor copii să eticheteze culorile hainelor în timp ce sortează rufele împreună. Dacă o aplicaţie arată cuburi din lemn şi mingi, copiii ar trebui să se joace apoi cu mingi şi cuburi de lemn reale. Nicio experienţă nu ar trebui să rămână închisă într-o lume virtuală care a fost creată pentru a imita realitatea. Această formare a unei punţi între ecran şi realitate este cunoscută ca transfer de învăţare şi facilitează învăţarea din două motive: presupune ca cei mici să repete ceea ce au învăţat şi îi încurajează să generalizeze ce au învăţat, să gândească mai departe de situaţia singulară. Dacă un câine de pe ecran este la fel ca un câine de pe stradă, copilul învaţă despre câini că pot exista în mai multe contexte.

A doua – implicarea activă este mai bună decât vizionarea pasivă. O aplicaţie care le solicită copiilor să acţioneze, să memoreze, să ia decizii şi să comunice cu părinţii lor este mai bună decât o emisiune TV care le permite să absoarbă pasiv conţinut. Emisiuni cu ritm mai lent, ca *Sesame Street*, încurajează participarea şi interacţiunea, aşa că sunt superioare producţiilor cu ritm mai alert, cum ar fi *Spongebob Square Pants* (serie concepută pentru copii cu vârste mai mari de cinci ani), într-un studiu s-a arătat că puştii de patru ani care se uitau timp de nouă minute la *Spongebob* (în locul unor desene animate educaţionale, cu ritm mai lent) aveau dificultăţi apoi cu amintirea noilor informaţii şi cu capacitatea de a

se abţine în faţa diferitelor tentaţii. Astfel, televizorul ar trebui să fie rareori în fundal, iar timpul petrecut în faţa lui ar trebui să fie delimitat de restul zilei.

A treia – timpul petrecut în faţa ecranului ar trebui să se concentreze întotdeauna mai degrabă pe conţinutul aplicaţiei decât pe tehnologia în sine. Copiii care urmăresc firul unei poveşti ar trebui să spună ce cred ei că urmează să se întâmple în continuare; să arate şi să identifice personajele de pe ecran; şi să se mişte suficient de lent pe parcursul procesului încât să nu fie copleşiţi de explorarea tehnologiei. În măsura în care se poate, o poveste desfăşurată pe ecran ar trebui să imite experienţa unei cărţi.

Asemenea copiilor mai mici, adolescenţii tind să fie vulnerabili în faţa dependenţei. reSTART foloseşte metafore cu diete şi probleme de mediu pentru a descrie când şi cât de frecvent ar trebui să interacţioneze copiii mai mari cu ecranele. Cash mi-a spus că ea preferă să nu folosească termenul „dependenţă”, care face aluzie la toate capcanele bolii. În schimb, centrul adoptă limbajul mişcării ecologice. Pagina principală a site-ului enunţă că reSTART este un „Centru pentru durabilitatea tehnologiei digitale” şi că îi învaţă pe oameni să adopte stiluri de viaţă durabile. Centrul este mai degrabă o „staţiune” decât un spaţiu pentru tratament. „Este imposibil să eviţi cu totul tehnologia, deci scopul nostru nu este să îi învăţăm pe clienţii noştri să renunţe complet la ea”, mi-a spus Cash. „Noi îi învăţăm pe oameni cum să rezolve probleme, ceea ce nu este o formă tradiţională de terapie”. Cash a explicat că rezolvarea de probleme era esenţială, pentru că planul de tratament se întindea pe numai 45 de zile. După aceea, băieţii erau pe cont propriu.

Planul de tratament de la reSTART are trei etape. În timpul primei faze pacienţilor nu li se permite deloc să folosească tehnologie. Se dezintoxică, iar asta durează de

obicei cam trei săptămâni. „Unii dintre băieţi opun multă rezistenţă, dar ceilalţi acceptă procesul”, a spus Cash. „De regulă putem să ne dăm seama până la finalul primei faze cine se va bucura de tratament şi cei mai mulţi reuşesc”. În perioada rămasă din prima fază – încă trei sau patru săptămâni – băieţii continuă să locuiască în centru. Învaţă aptitudinile de bază necesare în viaţă, aptitudini care multora le lipsesc, cum ar fi să gătească un ou, să cureţe o toaletă, să-şi facă patul şi, cel mai important, să îşi gestioneze emoţiile. (Unul dintre băieţi mi-a spus că jucase de câteva ori şah de când venise la reSTART şi de obicei jocurile s-au încheiat în momentul în care el a dărâmat tabla de nervi.) De asemenea, învaţă să facă mişcare şi să se bucure de natură, acestea având o pondere importantă în filosofia reSTART: dacă urmează să elimini o componentă semnificativă a vieţilor lor, trebuie să o înlocuieşti cu ceva care să îi prindă şi care să le permită să scape de tehnologie. Partenera lui Cash, Cosette Rae, mi-a spus că soţul ei coordonează plimbări în natură. reSTART se află într-o pădure întinsă, dar în afară de aceasta băieţii merg în drumeţii şi pe Muntele Rainier, aflat în apropiere. Se antrenează în fiecare zi la sala de gimnastică a centrului şi mulţi dintre ei ajung să fie chiar în formă. Cash mi-a citat dintr-un studiu independent care arătase că 78 – 85% dintre băieţi fac progrese pe parcursul acestei faze iniţiale.

În timpul celei de-a doua etape pacienţii în recuperare se mută în cămine similare caselor administrate de Alcoolicii Anonimi. Acolo învaţă să pună în practică aptitudinile pe care le-au asimilat la reSTART. îşi caută slujbe sau oportunităţi de voluntariat ori urmează cursuri de specializare. Casele funcţionează după reguli stricte, iar pacienţii primesc sprijinul reSTART în schimbul prezentării la centru pentru vizite programate regulat. Am întrebat-o pe Cash dacă programul a avut succes, iar ea

mi-a spus că a avut, dar că nu putea să-mi comunice nişte cifre concrete. reSTART este mic şi natura problemei fiecărui băiat este uşor diferită, aşa că este dificil de măsurat procentul recidivelor. Un student care urma studii postuniversitare lucra atunci cu Rae şi Cash pentru a implementa un plan de evaluare mai riguros.

A treia şi ultima etapă începe în momentul în care foştii pacienţi sunt pregătiţi să se întoarcă la o viaţă fără supraveghere. Mulţi dintre ei rămân în Washington, aproape de centru, ceea ce le permite să mai treacă pe la centru la fiecare câteva săptămâni sau luni. Din moment ce vin de peste tot din ţară, uneori şi din afara Statelor Unite, este şi mai puţin probabil să fie tentaţi de vechi obiceiuri, dacă evită oamenii şi locurile asociate cu fostele lor dependenţe. (Amintiţi-vă de veteranii din Vietnam care au scăpat de dependenţa de heroină când s-au întors acasă din război.) Isaac Vaisberg a descoperit asta pe propria piele în momentul în care s-a întors acasă după prima lui vizită la reSTART şi nu s-a putut abţine să nu joace World of Warcraft. După a doua internare la centru s-a hotărât să rămână pe aproape şi încă stă la distanţă de un drum scurt cu maşina faţă de reSTART.

Cei mai mulţi dintre adolescenţi nu au nevoie să stea într-un loc similar cu reSTART, dar părinţii lor tot sunt îngrijoraţi de felul în care interacţionează cu jocurile şi reţelele sociale. Catherine Steiner-Adair, psihologul despre care v-am vorbit în primul capitol, a susţinut interviuri cu mii de adolescenţi şi părinţii acestora, pentru a ajunge la un set de principii elementare pentru creşterea copiilor. Ea mi-a explicat că adolescenţii reacţionează prost la părinţii care sunt „înfricoşători, Nebuni şi Neştiutori”.

Caracterul înfricoşător se manifestă sub forma unei tensiuni rigide, critice. Pe măsură ce părinţii devin mai îngrijoraţi, în mod firesc li se agravează şi tonul. Exprimări ca: „Nu ai să mai poţi merge la facultate!” sau „Niciodată

n-ai să-l mai aduci pe acel prieten în această casă!” duc garantat la alienarea copiilor. Părinţii nebuni reacţionează exagerat atunci când copiii vin la ei cu problemele pe care le au. Steiner-Adair descrie cazul unei fete de doisprezece ani care primise un e-mail jignitor de la prietena ei. „Nu putea să vorbească despre astfel de lucruri, pentru că mama ei avea un stil aparte de a dramatiza totul. «Va spune: *E oribil*! şi apoi va începe, iar în acel moment nu va mai trebui să mă confrunt doar cu prietena, ci şi cu nebuna de maică-mea.» „Este clar că mamei fetei îi pasă – vrea ca fiica ei să se simtă mai bine dar reacţia ei instinctivă, exagerată, înrăutăţeşte situaţia. Pe de altă parte, părinţii neştiutori sunt demni de milă. Aceştia fie nu înţeleg vieţile copiilor lor, fie li se par copleşitoare. „Un părinte care n-are habar îşi dă silinţa prea mult să devină prietenul copilului său”, spune Steiner-Adair. „Ratează semnale, se implică adesea în chestii superficiale, dar în acelaşi timp nu reuşeşte să aibă cu adolescentul lui discuţii profunde despre valorile vieţii şi despre aşteptări şi consecinţe”.

Opuşi părinţilor înfricoşători, nebuni şi neştiutori sunt cei „Abordabili, Calmi, Informaţi şi Realişti”. Aceştia înţeleg că reţelele sociale fac parte din realitate. Uneori copiii lor vor fi supăraţi, dar reacţiile exagerate înrăutăţesc situaţia. Aceşti părinţi încearcă să înţeleagă cum interacţionează copiii lor cu reţelele sociale. Le pun copiilor întrebări fără iz critic şi mai cercetează şi pe cont propriu. De asemenea, ei stabilesc şi anumite limite, cultivând acel tip de relaţie durabilă cu tehnologia care este promovată la reSTART. Familia se implică în conversaţii offline cu semnificaţie şi, în anumite momente ale zilei, cu toţii sunt împreună offline. Unele dintre aceste idealuri s-ar putea să pară evidente în abstract, dar în practică nu sunt întotdeauna uşor realizabile. Mantra lui Steiner-Adair – Abordabil, Calm, Informat, Realist – este o regulă implicită utilă atunci când situaţia devine

tensionată.

Până acum, guvernul american a ales să nu intervină în relaţia dintre copii şi dependenţa comportamentală. Nu există clinici de stat pentru tratament, poate şi pentru că un procent relativ mic dintre copiii dependenţi au nevoie de ajutor psihiatric. Reacţia celor din Asia de Est faţă de aceste dependenţe comportamentale, mai ales în China şi Coreea de Sud, a fost cu mult mai concretă decât a celor din Statele Unite.12 în 2013, doi creatori de filme din Israel au lansat un documentar numit *Web Junkie*\ Hilla Medalia şi Shosh Shlam au intervievat timp de patru luni doctori, pacienţi şi părinţi la o unitate de tratare a dependenţei de internet din Beijing, China. Cu câţiva ani în urmă, China fusese prima ţară care declarase dependenţa de internet drept tulburare clinică, etichetând-o „cea mai mare ameninţare pentru sănătatea publică" în rândul populaţiei adolescente.

Există mai mult de 400 de centre de tratament în China şi, conform definiţiei naţionale pentru dependenţa de internet, există mai mult de 24 de milioane de adolescenţi dependenţi de internet. Medalia şi Shlam au vizitat unul dintre aceste centre, Tabăra Daxing de la Spitalul militar din Beijing, iar acolo au stat de vorbă cu decanul tratamentului dependenţei de internet din China, profesorul Tao Ran. Ran este un psihiatru cu voce blândă, dar chiar şi aşa trezeşte ură în pacienţii din centru. Cei mai mulţi dintre ei au fost păcăliţi să viziteze centrul, iar acolo au petrecut trei sau patru luni ca pacienţi internaţi fără voie. Sunt forţaţi să ia o mulţime de pastile şi să mărşăluiască în formaţie militară, chiar şi când temperaturile scad mult în toiul iernii aspre din Beijing. Părinţii lor, dintre care mulţi plâng de-a dreptul în faţa camerei de luat vederi, îşi internează fiii (şi din când în când fiicele), pentru că au senzaţia că nu au altă soluţie. La începutul documentarului, profesorul Ran explică

problema şi rolul lui ca director al centrului:

Dependenţa de internet este o problemă culturală în rândul adolescenţilor chinezi. A depăşit orice altă problemă. În calitate de psihiatru, treaba mea este să stabilesc dacă este o boală. Observăm că aceşti copii au o înclinaţie pentru realitatea virtuală. Ei cred că lumea reală nu este la fel de bună ca cea virtuală. Cercetările noastre arată că dependenţii stau Online mai mult de şase ore pe zi, fără legătură cu munca sau studiul… unii puşti sunt atât de prinşi de aceste jocuri încât cred că şi mersul la baie leva afecta randamentul.

Aşa că poartă scutec. Sunt la fel ca dependenţii de heroină – tânjesc şi aşteaptă cu nerăbdare să joace în fiecare zi. De aceea i se spune „heroină electronică”.

Mai târziu, profesorul Ran sugerează că este o problemă structurală – că nu este o boală şi se găseşte la nivel de societate. Se întâlneşte cu un grup de părinţi într-o cameră mică şi deprimantă din centru. „Una dintre cele mai mari probleme a acestor copii este singurătatea. Singurătate. Ştiaţi că se simt singuri?”, întreabă el, vorbind la un microfon cu ecou ciudat, care pare mai potrivit pentru o arenă. Un părinte răspunde: „Cred că este din cauză că e singurul copil din familie. Şi ca părinţi nu reuşim să ni-i facem prieteni pe copiii noştri. Le cerem doar să înveţe temeinic. Stresul pe care îl resimt, grijile, durerea – nu putem să vedem nimic din toate acestea. Ne pasă doar de studiile lor”. Ran confirmă. „Aşadar, unde îşi caută prieteni? Pe internet. Lumea virtuală e plină de tot felul de extravaganţe vizuale şi sonore. Simulări care nu pot fi găsite nicăieri în altă parte. Devine cel mai bun prieten al lor”. Este evident că profesorul Ran este ambivalent când vine vorba despre natura dependenţei de internet. Pe de o parte îşi obligă pacienţii să ia medicaţie psihotropă, dar în acelaşi timp sugerează că nu este deloc o boală. Atunci când o societate produce milioane de copii

care se simt singuri şi epuizaţi, de ce nu ar recurge aceştia la o sursă nemărginită de companie şi evadare? Pare a fi un răspuns raţional la nemulţumirile lor. Ceea ce îi trimite la pierzanie nu este faptul că suferă de o boală, ci mai degrabă că această lume digitală este în mod evident superioară lumii reale în care ar trebui să trăiască.

Adolescenţii înşişi recunosc asta. Sunt sofisticaţi în feluri pe care nu le pot înţelege adulţii care au crescut într-o lume relativ primitivă. Un grup de băieţi adolescenţi de la centru discută despre dependenţa lor în termenii unei etalări bărbăteşti a superiorităţii. Unul spune că a jucat ceva două luni la rând fără oprire – întreaga durată a vacanţei de vară. Altul intervine şi spune că el a jucat timp de 300 de zile, oprindu-se pentru scurte perioade ca să mănânce, să doarmă şi să meargă la baie. Al treilea spune că definiţia profesorului Ran pentru dependenţă e „vrăjeală”. Şase ore pe zi i se pare ceva normal. „Dacă te uiţi la definiţia lor pentru dependenţa de internet, atunci 80% dintre chinezi trebuie să sufere de ea”. Un al patrulea spune: „Cei mai mulţi dintre noi nu cred că suferim de dependenţă de internet. Nu este o boală adevărată. Este un fenomen social”. Băieţii încearcă să minimalizeze problema, dar este evident că dependenţa de internet este o problemă uriaşă şi în curs de agravare în China.

Abordarea occidentală a dependenţei comportamentale este la fel de ambivalenţă ca cea a profesorului Ran. *Manualul de diagnostic şi clasificare statistică a tulburărilor mintale* admite în prezent că jocurile de noroc reprezintă o dependenţă comportamentală autentică, iar folosirea excesivă a internetului aproape că a fost inclusă în cea de-a cincea ediţie a manualului din 2013. Acum există mai mult de 200 de lucrări ştiinţifice cu tema „dependenţei de internet”, aşa că Asociaţia Americană pentru Psihiatrie a ales să o menţioneze sumar în anexa manualului. Între timp, DSM a

omis alte dependenţe comportamentale ca cele de activităţi fizice, smartphone-uri şi de muncă, pentru că nu atrăseseră încă suficient de multă atenţie în lumea academică. Totuşi asta nu face ca trăirea acestor dependenţe să fie mai puţin autentică, aşa cum am descoperit când am vorbit cu experţi în tratarea dependenţelor comportamentale. Chiar dacă APA nu le consideră boli sau tulburări, ele tot afectează multe mii de vieţi. Şi poate că nu ar trebui să fie considerate deloc tulburări clinice – poate, asemenea milioanelor de adolescenţi chinezi care tratează singurătatea prin îmbrăţişarea internetului, dependenţii de comportamente doar reacţionează la constrângerile lumii în care se întâmplă să trăiască.

Spre deosebire de modelul medical al profesorului Ran, cu pastilele şi sesiunile lui de tratamente psihiatrice, reSTART tratează dependenţa comportamentală în primul rând ca pe o problemă structurală: repară structura vieţii persoanei afectate şi vei repara problema. Sesiunile terapeutice ocupă o pondere mică a planului de tratament de la reSTART – cu mult mai mică decât, să zicem, pregătirea pentru viaţă şi aptitudinile de a face faţă situaţiilor. Însă acestea nu sunt valabile pentru toate centrele americane. Există un spital care tratează dependenţa de comportamente foarte similar cu felul în care tratează medicina occidentală dependenţa de substanţe. Centrul medical regional Bradford din Pennsylvania a lansat în 2013 un program de tratament pentru dependenţii de internet care presupune zece zile de internare. Kimberly Young, psihologul care a fondat programul, a devenit interesată de dependenţa de internet la mijlocul anilor 1990.le „în 1994 sau 1995, o prietenă mi-a spus că soţul ei petrecea între 40 şi 60 de ore pe săptămână în camere de chat pe AOL”, mi-a povestit Young. „Accesul la internet era scump atunci, la 2, 95

dolari pe oră, aşa că obiceiul lui devenise o povară financiară. M-am întrebat atunci dacă oamenii pot să ajungă dependenţi de internet”. Young a elaborat IADQ\ Chestionarul pentru diagnosticarea dependenţei de internet, şi l-a publicat online. Asemenea chestionarelor referitoare la dependenţele de jocuri de noroc şi alcool, IADQJE cerea celor care le completau să indice dacă erau valabile pentru ei opt afirmaţii. Young mi-a explicat: „Oricine spunea că cel puţin cinci afirmaţii i se aplicau era «dependent»”.

A doua zi a primit e-mailuri de la zeci de persoane care îi spuneau că erau îngrijorate. Multe dintre aceste persoane obţinuseră mai mult de cinci puncte la test. Pe parcursul următorilor patru ani Young şi-a rafinat şi validat chestionarul, a adăugat douăsprezece elemente noi şi l-a redenumit „Internet Addiction Test”. (Am inclus o mostră cu întrebări din test în primul capitol al acestei cărţi.)

Young a început să trateze un număr din ce în ce mai mare de dependenţi de internet, număr care creştea vertiginos ca urmare a doua evenimente punctuale, primul în 2007 şi al doilea în 2010: apariţia iPhone-ului şi apoi a iPad-ului. „Interesul meu faţă de dependenţa de internet a explodat în momentul în care internetul a devenit mobil”, mi-a spus Young. Contextul dependenţei nu mai era limitat acasă – acum era peste tot. Până în 2010, Young conştientizase nevoia pentru un centru de tratament specializat. Un studiu din 2006, devenit depăşit de multă vreme, sugera că unul din opt americani era dependent de internet, dar Young era convinsă că numărul era mult mai mare – şi în creştere. A reuşit să oprească şaisprezece paturi la Bradford şi au fost puse deoparte pentru un centru de tratament a dependenţei acute de internet. Vorbise cu Cash de la reSTART, dar Young prefera o abordare diferită, mai intensivă. În loc de 45 de zile, pacienţii urmau să stea în unitatea ei doar zece zile. „Cei

mai mulţi oameni nu au timp să stea la noi mai mult de zece zile”, a spus ea. Mulţi dintre ei fuseseră la alţi doctori care nu au putut să îi ajute, aşa că până să vină la clinica ei, ajunseseră disperaţi. Treceau printr-o dezintoxicare rapidă care dura trei zile şi apoi urmau şapte zile de terapie cognitiv-comportamentală centrată punctual pe problemă. Abordarea lui Young, cunoscută ca Terapia cognitiv-comportamentală pentru dependenţa de internet, sau CBT-IA, împrumuta tehnici care avuseseră succes în tratamentul altor tulburări impulsive. Mulţi dintre pacienţii ei nu cred că au o problemă, aşa că ea trebuie să îi înveţe să conştientizeze că sunt, de fapt, dependenţi. Apoi îi învaţă să reformuleze unele dintre ideile nocive care i-au adus în situaţia de folosire în exces a internetului – de exemplu, noţiunea că ar fi incapabili să lege prietenii în mediul offline. CBT-IA îi încurajează pe pacienţi să se şi implice din nou în lumea offline, lume pe care mulţi o abandonaseră în favoarea unei lumi online care pare mai tolerantă.

În 2013, Young a publicat o lucrare care descria efectele CBT-IA asupra unui număr de 128 de dependenţi de internet. Le-a măsurat progresul imediat după douăsprezece sesiuni de tratament şi apoi repeta măsurarea la un interval de o lună, trei luni şi şase luni după încheierea tratamentului. Rezultatele au fost încurajatoare: imediat după tratament pacienţii lui Young [29]erau mai puţin preocupaţi de internet, mai capabili să îşi gestioneze timpul şi mai puţin predispuşi să resimtă consecinţe negative din cauza folosirii excesive. După şase luni, unele dintre beneficiile tratamentului se alteraseră, dar tiparele erau similare: CBT-IA părea să dea rezultate, cel puţin în cazul acestui eşantion limitat.

Programe ca reSTART, metoda CBT-IA a lui Kimberly

29 Cognitive Behavioral Therapy for Internet Addiction, în limba engleză, în original (n.t.).

Young şi academia militară a profesorului Ran sunt tentative disperate de gestionare a celor mai grave cazuri de dependenţă comportamentală – şi sunt limitate la dependenţe de internet şi jocuri. Nu sunt perfecte, dar primele dovezi sugerează că aduc beneficii mici sau moderate. Dar ce facem cu celelalte milioane care nu sunt pregătite sau nu pot să se interneze – milioanele de oameni care fac mişcare prea des, care lucrează mai mult decât ar trebui şi care nu se pot abţine să nu cheltuie prea mulţi bani online?

Răspunsul nu este să tratăm medicamentos aceste forme moderate de dependenţă, ci să modificăm structura stilului nostru de viaţă, atât la nivel de societate, cât şi mai restrâns, pe măsură ce ne construim vieţile de zi cu zi. Este mult mai uşor să prevenim situaţia în care indivizii ajung de la bun început să fie dependenţi decât să corectăm comportamente dăunătoare deja existente, aşa că aceste schimbări nu ar trebui să înceapă cu adulţii, ci ar trebui să înceapă de la copiii mici. Părinţii şi-au învăţat dintotdeauna copiii cum să mănânce, când să doarmă şi cum să interacţioneze cu alţi oameni, dar treaba de părinte în ziua de astăzi nu este completă fără lecţii despre cum să interacţioneze cu tehnologia şi pentru cât timp în fiecare zi.

La fel ca Alcoolicii Anonimi, multe programe clinice promovează abstinenţa: fie te abţii de la comportamentul care a indus dependenţa, fie nu ai să scapi niciodată de ea. Din moment ce abstinenţa nu este o opţiune practică pentru multe dintre comportamentele moderne, una dintre opţiunile de intervenţie urmează un alt tip de abordare. În timp ce Alcoolicii Anonimi sugerează că dependenţii sunt neputincioşi când vine vorba despre depăşirea dependenţelor lor, *interviurile motivaţionale* se bazează pe ideea că oamenii sunt mai predispuşi să îşi urmeze în continuare obiectivele dacă simt motivaţi intrinsec şi în

acelaşi timp simt că au puterea să reuşească. Consilierii încep prin adresarea unor întrebări cu răspuns deschis care să îi încurajeze pe clienţii lor să se gândească dacă vor să îşi schimbe comportamentele care i-au făcut să devină dependenţi. Ceea ce face ca abordarea să fie radicală este că li se dă clienţilor libertatea de a hotărî că nu vor să îşi schimbe în niciun fel comportamentul.

Carrie Wilkens, cofondatoare şi directoarea pe probleme clinice a Centrului pentru motivaţie şi schimbare din New York, a explicat procesul.14 „Esenţa interviului motivaţional este afişarea clară atât a costurilor, cât şi a beneficiilor comportamentului dependent. Cu toţii ştim cât de îngrozitoare este dependenţa, dar are şi beneficii, iar acest aspect tinde să fie cea mai semnificativă parte a întregului. Expunerea beneficiilor comportamentului este minunată, pentru că apoi poţi să înţelegi nevoile de substrat pe care le satisface comportamentul”.

De exemplu, dacă o fată de şaisprezece ani verifică de zeci de ori pe zi activitatea de pe contul ei de Instagram, ea ar putea spune că beneficiul este senzaţia de a fi în legătură cu prietenii ei. Ea pune poze de două sau trei ori pe zi şi se simte obligată să verifice dacă postările ei atrag aprecieri. Atunci, secretul tratamentului pentru dependenţa ei este să ne asigurăm că se simte conectată prin alte mijloace şi că se simte acceptată în absenţa acelor aprecieri. O sesiune obişnuită cu fata ar putea să înceapă cu ceva numit *scala disponibilităţii*:

Pe o scală de la 0 la 10, dacă o este a nu fi deloc pregătită să îţi modifici comportamentul şi 10 este cât de dornică poţi să fii, unde te plasezi?

Prima întrebare din intervenţia iniţială confirmă răspunsul fetei la această întrebare. De ce este valoarea oferită atât de mare sau atât de mică? Acest lucru îi oferă ocazia să îşi exprime disponibilitatea de a se schimba. Dacă dă un răspuns cu valoare mică, ar putea spune că nu

i se pare că ar fi nevoie să îşi modifice comportamentul; printr-un răspuns cu valoare mare ar putea să recunoască faptul că folosirea platformei Instagram o face nefericită. Din acel punct, clinicianul pune o serie de întrebări cu răspuns deschis:

Care sunt pentru tine beneficiile folosirii reţelei Instagram? în ce fel ţi-ar plăcea să stea altfel lucrurile?

Cum îţi afectează starea de bine folosirea Instagram? în ce privinţe simţi că te-ai putea descurca mai bine?

Consilierii care lucrează cu tehnica interviurilor motivaţionale trec prin seminarii pregătitoare riguroase, dar abordarea generală are destule beneficii pentru părinţi sau chiar pentru adulţii care încearcă să îşi modifice propriul comportament. Este non-critic prin propria sa natură, aşa că dependenţii sunt mai puţin predispuşi să fie defensivi. De exemplu, un scenariu sugerează următoarea introducere:

Nu sunt aici ca să îţi ţin o predică sau pentru a-ţi spune ce „ar trebui" să faci; de unde să ştiu, e viaţa ta, nu a mea! Eu cred că oamenii ştiu ce e cel mai bine pentru ei.

Nu am un plan ascuns, ci doar un scop: să văd dacă există vreun aspect referitor la cum ai grijă de sănătatea ta pe care ai vrea să îl schimbi şi, dacă e cazul, să văd dacă te pot ajuta să faci asta.

Ce părere ai?

În mod tradiţional, consilierii foloseau această abordare pentru tratamentul consumului de substanţe periculoase, dar Wilkens spune că merge la fel de bine şi în cazul comportamentelor. Cel puţin un studiu confirmă părerea ei. Funcţionează pentru că îi motivează pe oameni să se schimbe şi le oferă senzaţia că deţin controlul asupra procesului. Nu sunt linguşiţi sau presaţi de altcineva ca să se schimbe; ei aleg de bunăvoie să se schimbe. Abordarea recunoaşte şi că oamenii diferiţi sunt impulsionaţi să îşi depăşească dependenţele din motive diferite. Pentru unii,

dependenţele sunt bariere în calea productivităţii; pentru alţii, un obstacol pentru sănătate; şi pentru mulţi, o barieră în drumul spre relaţii sociale satisfăcătoare. Interviurile motivaţionale descoperă acel motiv şi impulsionează imediat dependentul spre schimbare.

Eficienţa tehnicii este explicată de una dintre teoriile dominante în cercetarea motivaţiei: SDTV35 Explicaţia SDT spune că oamenii sunt în mod natural proactivi, mai ales atunci când un comportament activează una dintre cele trei nevoi umane de bază: nevoia de a ne simţi stăpâni pe propria viaţă (autonomie); nevoia de a forma legături sociale puternice cu familia şi prietenii (asemănare); şi nevoia de a ne simţi eficienţi atunci când avem de-a face cu mediul extern – deprinderea de noi abilităţi şi depăşirea provocărilor (competenţă). Deşi comportamentele care dau dependenţă sunt menite să aline disconfortul psihologic, ele tind să ne şi priveze de una sau mai multe dintre aceste nevoi. Un interviu motivaţional evidenţiază această frustrare: dacă eşti întrebat cum îţi afectează starea de bine folosirea aplicaţiei Instagram, vei vedea că îţi compromite productivitatea, relaţiile sau pe amândouă. Departe de a lăsa pe cineva lipsit de putere în faţa propriei dependenţe, acea persoană ajunge să se simtă şi motivată, şi capabilă să se schimbe în bine.

SDT a apărut în perioada extravagantă a mijlocului anilor 1980. Excesul Wall Street ajunsese la apogeu şi companiile credeau că angajaţii reacţionau cel mai bine la salarii mai mari şi beneficii generoase. SDT a sugerat că aceste forme de plată – cunoscute ca recompense extrinseci – nu vor reuşi să susţină motivaţia pe termen lung. Angajaţii aveau nevoie de recompense intrinseci: slujbe care să îi facă să se simtă eficienţi şi competenţi, într-o companie pe care o respectă. Uneori, recompensele externe erau chiar contraproductive, pentru că îi privau pe angajaţi de motivaţii intrinseci autentice. Într-un

experiment, unor studenţi le făcea plăcere să găsească soluţii la o serie de probleme – asta până când cercetătorii au început să îi plătească. Imediat ce au fost plătiţi, studenţii s-au hotărât că problemele nu erau până la urmă prea distractive. Când li s-a dat ocazia să continue să lucreze la probleme, aceştia au preferat în schimb alte activităţi. SDT demonstrează cât de important este să creăm tipul potrivit de mediu, indiferent dacă vrem să promovăm sau să descurajăm un comportament. Secretul este să înţelegem cum diferite elemente ale mediului – de exemplu, stimulente financiare şi obstacole fizice – modelează motivaţia. Un mediu bine proiectat încurajează obiceiurile bune şi comportamentul sănătos; un mediu toxic duce la excese şi – la extreme – la dependenţe comportamentale.

n Obiceiuri şi arhitectură în Statele Unite, politica şi religia merg mână în mână. Statele conservatoare tind să fie religioase, iar cele liberale tind să fie laice.136 Prima categorie include statele Mississippi, Alabama, Louisiana, Carolina de Sud şi Arkansas. Toate cele cinci sunt în partea de sud şi se încadrează în Culoarul Bibliei – epicentrul protestantismului evanghelic conservator social. În schimb, Massachusetts, Vermont, Connecticut, Oregon şi New Hampshire sunt relativ liberale şi laice. Aceste două grupuri de state diferă între ele din nenumărate puncte de vedere, iar printre cele mai evidente dimensiuni se numără atitudinea faţă de sex. Statele conservatoare, religioase, tind să sprijine valori tradiţionale atunci când vine vorba despre sex şi în acelaşi timp descurajează atitudinile deschise şi hedoniste în raport cu sexualitatea, cele din urmă fiind acceptate într-o măsură cu mult mai mare în statele liberale, laice.

Una dintre consecinţele dezaprobării publice a sexualităţii deschise este faptul că manifestările sexuale sunt ascunse. De exemplu, adolescenţii sunt mult mai

predispuşi să întreţină raporturi sexuale neprotejate în statele conservatoare – chiar şi dacă scoatem din ecuaţie diferenţele la nivel de venituri, educaţie şi acces la servicii specializate în avorturi. Represiunea religioasă nu se compară cu impulsul sexual – ba, din contra, pare să amplifice dorinţa. Acest fapt nu îi surprinde pe psihologi, aceştia fiind conştienţi de zeci de ani că represiunea nu funcţionează. Este aproape imposibil să depăşeşti o dependenţă exclusiv prin propria voinţă. În 1939, Sigmund

Freud a fost primul care a susţinut că cei care se poziţionează împotriva unei idei sunt atraşi de acea idee la nivel subconştient, iar doi dintre discipolii lui, Seymour Feshbach şi Robert Singer, i-au dovedit că avea dreptate. La sfârşitul anilor 1950, Feshbach şi Singer erau profesori la Universitatea din Pennsylvania.137 Legislaţia referitoare la etică în context experimental era permisivă la momentul respectiv, aşa că au conceput un experiment neplăcut, bazat pe şocuri electrice. Băieţi studenţi la psihologie se uitau, pe rând, la un scurt filmuleţ în care un bărbat rezolva probleme de natură cognitivă şi fizică. Un asistent monta câte un mic electrod pe gleznele studenţilor, menit să producă o serie de opt şocuri pe măsură ce urmăreau filmul. Asistentul le-a explicat că şocurile urmau să aibă intensităţi progresive şi că era normal să se teamă. Unei jumătăţi dintre studenţi i s-a spus să îşi exprime fricile – „să fie conştienţi de ceea ce simt şi să-şi recunoască sentimentele”. Celorlalţi li s-a spus să îşi reprime temerile – „să îşi ignore reacţiile emoţionale şi să nu se gândească la ele… să nu ia în calcul ceea ce simt…” La finalul materialului video, studenţii au fost întrebaţi dacă bărbatului pe care îl văzuseră în filmuleţ îi era frică. Aşa cum estimase Freud cu 20 de ani mai devreme, studenţii cărora li se ceruse să îşi reprime propriile temeri credeau că bărbatul se temea. Proiectau asupra lumii înconjurătoare tocmai emoţiile pe care li se

ceruse să şi le reprime. În schimb, cei care fuseseră încurajaţi să îşi exprime fricile au fost mult mai puţin predispuşi să creadă că bărbatul din film se temea. Prin exprimarea propriilor temeri erau eliberaţi de grija fricii care îi măcina pe ceilalţi.

S-ar putea să credeţi că populaţia din statele libertine din nord-est şi nord-vest alocă mai mult timp consumului de pornografie pe internet, dar, conform previziunii făcute de Freud cu mult timp în urmă, lucrurile stau exact invers. Oamenii din statele conservatoare, tradiţionalişti în raport cu sexualitatea, sunt mai predispuşi să se aboneze la servicii de pornografie online. Iar doi psihologi canadieni susţin că cei din statele conservatoare, religioase, caută mai des termeni legaţi de pornografie pe internet. Atunci când au selectat informaţiile de pe Google Trends pentru a analiza ce preferă să caute pe internet oamenii din fiecare stat american, Cara MacInnis şi Gordon Hodson au descoperit corelaţii puternice între credinţele religioase şi căutările legate de pornografie, la fel şi pentru conservatorism şi căutările asociate pornografiei. Aşa cum au spus-o chiar MacInnis şi Hodson, „deşi sunt caracterizaţi de o opoziţie deschisă şi clar exprimată faţă de libertatea sexuală, regiunile caracterizate de orientări politice de dreapta sunt mai puternic înclinate spre conţinut sexual”.

Această disonanţă între comportamentul public şi cel privat contrazice mitul conform căruia nu reuşim să scăpăm de obiceiurile de care ajungem să fim dependenţi pentru că ne lipseşte voinţa. Adevărul este că indivizii care sunt obligaţi să demonstreze voinţă sunt cei care eşuează primii. Cei care evită de la bun început tentaţia tind să se descurce mult mai bine. Acesta este motivul pentru care veteranii dependenţi de heroină din Vietnam s-au descurcat atât de bine când s-au întors în Statele Unite şi au scăpat cu totul de contextul consumului de droguri şi

tot acesta este motivul pentru care este atât de important să ne construim propriul mediu în aşa fel încât tentaţiile să rămână cât mai departe. Conform lui Wendy Wood, psiholog la Universitatea din California de Sud specializată pe studiul obiceiurilor, „voinţa este… despre a te uita la acele fursecuri cu ciocolată delicioase şi să le refuzi. Un obicei sănătos presupune să ajungi rareori în apropierea acelor fursecuri „.138 Combinaţia dintre abstinenţă şi voinţă pur şi simplu nu dă rezultate. În cadrul unui studiu, Xianchi Dai şi Ayelet

Fishbach de la Universitatea din Chicago le-au cerut studenţilor din Hong Kong să se abţină trei zile de la a intra pe Facebook.139 Cu fiecare zi care trecea le lipsea reţeaua socială din ce în ce mai acut, ceea ce însemna că le plăcea mai mult şi au spus că îşi doreau să o folosească mai des. (Studenţii care au accesat alte reţele sociale ca substitut au fost imuni la acest efect – dar asta numai pentru că găsiseră o altă modalitate de a-şi satisface aceeaşi nevoie de socializare în reţea.)

Pentru a înţelege de ce abstinenţa nu dă rezultate, încercaţi acest exerciţiu simplu: pentru următoarele 30 de secunde faceţi tot posibilul să evitaţi să vă gândiţi la îngheţata de ciocolată. De fiecare dată când ochiul minţii face să apară desertul interzis, mişcaţi arătătorul. Dacă sunteţi ca mine – şi practic la fel ca toată lumea –, veţi mişca degetul cel puţin o dată sau de două ori. Problema este integrată în sarcină: cum poţi să ştii dacă te gândeşti la îngheţata cu ciocolată fără să îţi tot compari gândurile pe care le ai cu singurul gând care nu îţi este permis? Trebuie să te gândeşti la îngheţata de ciocolată ca să afli dacă nu cumva tocmai te gândisei la îngheţata de ciocolată cu o secundă mai devreme. Acum înlocuiţi îngheţata cu verificarea e-mailurilor, cumpărături, Facebook, un joc video sau orice viciu încercaţi să reprimaţi şi veţi vedea problema.

Psihologul Dan Wegner a fost cel care a descris prima dată această problemă, la sfârşitul anilor *1980M0* Wegner a văzut că problema avea legătură cu faptul că suprimarea este vagă. Ştii ce să eviţi, dar în schimb nu ştii ce să faci cu mintea. Când Wegner le-a cerut oamenilor să sune dintr-un clopoţel de fiecare dată când se gândeau la un urs alb interzis, clopoţeii acestora au sunat constant. Dar atunci când le-a spus că s-ar putea să îi ajute dacă se gândesc în schimb la un Volkswagen roşu, clopoţeii au sunat de două ori mai rar. Doar suprimarea nu dă rezultate – dar suprimarea cuplată cu distragere funcţionează destul de bine. Ba, mai mult, când li se dădea permisiunea să se gândească ulterior la un urs alb, cei care s-au zbătut să îşi suprime gândurile mai devreme erau obsedaţi de imaginea ursului alb. Nu se puteau gândi la altceva. În schimb, cei cărora li se oferise varianta maşinii roşii pentru distragere s-au gândit la urs ocazional – dar se gândeau şi la multe alte lucruri. Suprimarea nu doar că nu are succes pe termen scurt; aşa cum s-a aşteptat Freud, pe termen lung chiar se întoarce împotriva noastră.

Atunci, secretul pentru a învinge obiceiurile care dau dependenţă este să le înlocuim cu altceva.11 Aceasta este logica din spatele gumei cu nicotină, o punte de legătură între fumat şi renunţarea la fumat. Unul dintre lucrurile de care li se face dor fumătorilor este senzaţia liniştitoare de a ţine ţigara în echilibru între buze – un semnal care indică iminenţa infuziei de nicotină. Acea senzaţie continuă să îi liniştească pe fumători pentru o perioadă şi după ce se lasă, motiv pentru care puteţi recunoaşte un proaspăt nefumător după colecţia de pixuri roase la capăt. Guma cu nicotină este un intermediar eficient şi pentru că oferă doze din ce în ce mai mici de nicotină, dar şi pentru că este o formă de distragere orală.

Distragerea merge la fel de bine dacă încercaţi să depăşiţi o dependenţă comportamentală – fie şi numai

pentru că nu vă luptaţi cu sevrajul după substanţe. Luaţi drept exemplu roşul unghiilor. Milioane de oameni îşi rod unghiile şi mulţi încearcă o varietate de remedii care pur şi simplu nu ţin. Unii îşi dau unghiile cu un lac cu gust îngrozitor şi alţii jură că vor învinge obiceiul doar cu puterea voinţei. Problema cu ambele abordări este că nu oferă un comportament substitutiv. Pe termen scurt s-ar putea să evitaţi să vă roadeţi unghiile, pentru că au un gust oribil, dar de fapt nu încercaţi decât să vă forţaţi să suprimaţi impulsul de a vă roade unghiile. Ştim că suprimarea nu dă rezultate, aşa că imediat ce încetaţi să vă mai daţi cu acel lac vă veţi roade unghiile la fel de mult, dacă nu chiar mai mult ca înainte să încercaţi să renunţaţi la obicei. Impulsul este atât de puternic încât unele persoane continuă să îşi roadă unghiile şi când au unghiile făcute cu acel lac, formându-şi astfel o bizară asociere pozitivă între gustul înfiorător şi senzaţia de uşurare dată de satisfacerea nevoii.

Pe de altă parte, distragerea dă rezultate. Unele persoane ţin la îndemână o mingiuţă antistres, un lanţ la chei sau un mic puzzle, în aşa fel încât mâinile lor să aibă altă preocupare de fiecare dată când simt nevoia să-şi roadă unghiile. În cartea lui, *The Power of Habit* \ autorul Charles Duhigg s-a referit la această formă de schimbare a obiceiurilor ca fiind Regula de aur. Conform Regulii de aur, obiceiurile au trei părţi: un *semnal* (orice duce la apariţia comportamentului), o *rutină* (comportamentul propriu-zis) şi o *recompensă* (răsplata care ne educă mintea să repete obiceiul în viitor). Cea mai bună metodă pentru a combate un năravsau o dependenţă este menţinerea consecventă a semnalului şi a recompensei, în paralel cu modificarea rutinei – prin înlocuirea comportamentului original cu ceva care să distragă. Pentru cei care îşi rod unghiile semnalul s-ar putea să fie agitaţia pe care o resimt exact înainte să se apuce de ros – o căutare subtilă a marginilor care agaţă

şi care pot fi netezite prin ros. În loc să înceapă să-şi roadă unghiile în acel moment ar putea adopta o nouă rutină, ca, de exemplu, să înceapă să se joace cu o minge antistres. Iar la final, din moment ce recompensa e posibil să fi fost senzaţia deplinătăţii care vine din eliminarea vârfurilor de unghie care agăţau, individul în cauză ar putea să facă o serie de zece strângeri ale mingii. Astfel, semnalul şi recompensa rămân, dar rutina se modifică de la roşul unghiilor la strângerea mingii antistres de zece ori.

O agenţie inovatoare numită The Company of Others pare să înţeleagă valoarea înlocuirii rutinelor dăunătoare cu unele bune.142 Agenţia explică pe site-ul propriu că „noi trăim şi gândim înaintea modei”, iar una dintre mode este amplificarea valului dependenţei de telefoane mobile. În 2014, The Company of Others a lansat un produs numit Realism. Promovat ca fiind „dispozitivul inteligent pentru binele omenirii”, Realism a fost conceput pentru a trata dependenţa de smartphone. Dispozitivul simplu este un cadru atractiv din plastic care arată ca un smartphone fără ecran. La un anumit nivel, este o formă ironică de critică faţă de felul în care telefoanele ne scot din prezentul „aici şi acum”. În loc să te uiţi la un ecran ai putea să te uiţi la ce se află de fapt în faţa ta, printr-o ramă de mărimea unui ecran. Şi exact aşa reacţionează mulţi oameni la primul contact cu dispozitivul. Într-un videoclip de pe site-ul produsului un bărbat spune că: „Dispozitivele inteligente chiar intervin în relaţiile mele cu soţia, copiii şi prietenii”. O femeie spune: „Nu trebuie să postăm pe Instagram poze cu deserturile noastre. Nimănui nu-i pasă de prăjitura noastră cu brânză”.

Totuşi, la un nivel mai profund, Realism este pentru dependenţii de telefoane mobile ceea ce este guma cu nicotină pentru fumători şi ce sunt mingile antistres pentru cei care-şi rod unghiile. Este un substitut potrivit pentru un smartphone autentic şi oferă multe dintre semnalele

fizice de feedback specifice acţiunii de a ţine în mână şi de a folosi un smartphone. Ceea ce face ca Realism să fie tentant este faptul că respectă Regula de aur: pornirea care te face să îţi scoţi telefonul te obligă să scoţi în schimb rama de plastic, lucru care îţi oferă multe dintre reacţiile fizice de recompensă cunoscute, din moment ce arată şi se simte la fel cu utilizarea smartphone-ului. Pornirea şi recompensa rămân intacte, dar rutina de a te pierde în lumea telefonului este înlocuită de o alternativă mai bună.

Deşi Regula de aur este un reper util, dependenţe diferite presupun rutine diferite care trebuie înlocuite. Ceea ce dă rezultate pentru cei care nu se pot abţine să nu îşi verifice e-mailurile în timpul prânzului s-ar putea să nu meargă pentru dependenţii de WoW. Secretul este descoperirea elementului care a făcut ca dependenţa să producă satisfacţie de la bun început.1 Uneori, acelaşi comportament dependent poate fi susţinut de nevoi foarte diferite. Atunci când şi-a analizat dependenţa de WoW, Isaac Vaisberg a văzut că interacţiunile cu alţi jucători îi alinau singurătatea. Aşa că Vaisberg şi-a învins pe termen lung dependenţa prin cultivarea unei vieţi sociale foarte active şi prin angajarea într-un loc nou care să îi faciliteze numeroase relaţii profunde. Vaisberg fusese un atlet impresionant, aşa că nu a fost atras în mod deosebit de partea cu „zdrobeşte-ţi inamicii” din WoW.

Alţi jucători de WoW, mai ales cei din medii mai sărace sau din clasa muncitoare, sunt atraşi de elementul de fantezie care le permite să „călătorească” în locuri noi pe care altfel s-ar putea să nu le vadă niciodată. Iar alţii sunt agresaţi la şcoală, aşa că dependenţa satisface pentru ei nevoia de răzbunare sau de dominare fizică. (Multe dintre aceste motivaţii nu sunt sănătoase din punct de vedere psihologic; ar fi utilă şi colaborarea cu un terapeut pentru a identifica tocmai cauzele lor fundamentale.)

Fiecare motiv de bază presupune o soluţie diferită. Odată ce înţelegi de ce fiecare dependent se joacă ore la rând, poţi sugera o nouă rutină care să le satisfacă motivaţiile ascunse. Jucătorului agresat s-ar putea să-i prindă bine lecţii de arte marţiale; călătorului frustrat s-ar putea să-i fie de folos să citească nişte cărţi exotice şi să se uite la documentare; iar jucătorul singuratic ar avea de câştigat din cultivarea unor noi legături sociale. Chiar dacă nu se ajunge uşor la soluţie, primul pas este înţelegerea motivului pentru care dependenţa a oferit o satisfacţie de la bun început, respectiv care este nevoia psihologică refuzată în tot acest timp.

Dezvoltarea unui nou obicei este dificilă. Ştim asta datorită aceloraşi oameni care par să-şi propună mereu aceleaşi lucruri în fiecare ianuarie. Conform unui studiu, aproximativ jumătate dintre americani îşi propun în noaptea Anului Nou obiective pentru următorul an – cei mai mulţi dintre ei vor să slăbească, să facă mai multă mişcare sau să renunţe la fumat. Trei sferturi dintre aceştia se ţin de treabă pe parcursul lunii ianuarie, dar până în luna iunie aproximativ jumătate se dau bătuţi.144 Până în decembrie, cei mai mulţi ajung să-şi propună aceleaşi lucruri ca în anul anterior.

Una dintre marile provocări este faptul că un obicei nu devine rutină mai devreme de câteva săptămâni sau chiar luni. În timpul acelei perioade fragile de la început trebuie să fiţi vigilenţi şi să protejaţi orice rezultat veţi fi reuşit să obţineţi. Ceea ce este înşelător, pentru că formarea obiceiurilor durează mai mult pentru unii decât pentru alţii. Nu există un număr magic. Cu câţiva ani în urmă, patru psihologi englezi au monitorizat formarea obiceiurilor în lumea reală. Aceştia le-au cerut unor studenţi să se concentreze asupra unui nou obicei timp de 12 săptămâni, primind în schimb 30 de lire. La prima întâlnire, fiecare student îşi alesese un nou comportament

sănătos legat de alimentaţie, hidratare sau mişcare, comportament care să se manifeste după o rutină zilnică. De exemplu, unii au ales să mănânce un măr la masa de prânz, alţii să alerge cincisprezece minute cu o oră înainte de cină. Studenţii au exersat noul obicei în fiecare zi, de-a lungul a 84 de zile, şi au notat în fiecare zi dacă şi în ce măsură au finalizat acţiunea în mod automat.

În medie, studenţii şi-au format obiceiurile după 66 de zile. Dar acea medie ascunde cât de mult a variat numărul. Un student a avut nevoie de numai 18 zile pentru a-şi consolida obiceiul, iar despre un altul cercetătorii au calculat că ar avea nevoie de 254 de zile. Puţine dintre obiceiuri erau foarte solicitante şi nu fuseseră menite să elimine năravuri existente, aşa că aceste cifre sunt mai mici decât ar putea să fie în cazul dependenţilor care încearcă să scape de nişte dependenţe cronice. Chiar dacă 66 de zile reprezintă o estimare rezonabilă, asta tot presupune o perioadă lungă în care trebuie menţinut un nou obicei în locul unui comportament înrădăcinat şi care oferă satisfacţii profunde.

Există o pârghie psihologică subtilă care pare să faciliteze formarea obiceiurilor: limbajul pe care îl folosim pentru a ne descrie comportamentul. Să presupunem că încercaţi să evitaţi să mai folosiţi reţeaua Facebook. De fiecare dată când sunteţi tentaţi, puteţi să vă spuneţi fie „Eu nu am voie să folosesc Facebook”, fie „Eu nu folosesc Facebook”. Sună cam la fel şi diferenţa s-ar putea să pară minoră, dar nu este. „Eu nu am voie” ia controlul din mâinile voastre şi îl atribuie unui agent extern oarecare. Vă ia din putere. Sunteţi copilul într-o relaţie invizibilă, constrâns să faceţi ceva ce aţi vrea să faceţi şi, asemenea copiilor, mulţi oameni sunt atraşi de orice nu li se permite să facă. În schimb, „eu nu” este o declaraţie de putere care spune că acela este un lucru pe care voi nu îl faceţi.

Puterea deciziei vă aparţine şi transmite că sunteţi

un anumit tip de om – genul de persoană care nu foloseşte Facebook din principiu.

Ştim că aşa ceva dă rezultate datorită unor cercetători specializaţi pe comportamentul de consum, Vanessa Patrick şi Henrik Hagtvedt, care au făcut un experiment folosind această tehnică.1 Ei au cerut unui grup de femei să se gândească la un scop important legat de starea lor de sănătate pe termen lung, cum ar fi să facă mişcare de trei ori pe săptămână sau să mănânce mai sănătos. Cercetătorii le-au explicat că se vor confrunta cu provocări în timpul misiunii de a trăi mai sănătos şi că ar trebui să gestioneze tentaţiile prin dialoguri cu şinele. De exemplu, gândindu-se la eventualitatea în care ar trebui să facă gimnastică după o zi grea la serviciu, unui grup i s-a cerut să spună „Eu nu am voie să sar peste exerciţiile mele”, iar celuilalt grup i s-a cerut să spună „Eu nu sar peste exerciţiile mele”. După io zile, femeile s-au întors în laborator pentru a-şi prezenta progresele. Doar 10% dintre femei s-au ţinut de obiectivul lor în condiţiile în care li s-a cerut să îşi spună „Eu nu am voie”, în timp ce 80% şi-au urmărit scopul atunci când şi-au spus „Eu nu [sar peste]”. Cuvintele folosite le-au dat mai degrabă putere în loc să le sugereze că erau la mila unei forţe externe mai presus de controlul lor. Acest studiu a monitorizat comportamentul pe o perioadă de numai io zile, aşa că este dificil să tragem concluzii ferme. Cuvintele potrivite par să ajute, dar depăşirea unei dependenţe este cu siguranţă ceva mai complicat decât a spune „eu nu” de fiecare dată când apare tentaţia de a recidiva.

Chiar şi atunci când noi obiceiuri benefice reuşesc să le elimine pe cele vechi nocive, tot există o posibilitate ca acestea să devină la fel de generatoare de dependenţe. Aşa i s-a întâmplat veteranului Robert Pemberton, care a încercat să îşi trateze dependenţa de morfină de după Războiul Civil american cu cocaină. Pe termen lung scopul

este să ne eliberăm cu totul de obiceiurile obsesive – nu să înlocuim un obicei cu altul. În ciuda tuturor beneficiilor distragerii, aceasta rămâne o soluţie pe termen scurt şi care nu reuşeşte să elimine singură dependenţa decât în cazuri foarte rare. Piesa care lipseşte din ansamblul tratamentului este reconfigurarea mediului propriu, în aşa fel încât tentaţiile să fie cât mai absente. Aceasta este ideea din spatele tehnicii *arhitecturii comportamentaleM6*

Cât de departe sunteţi acum de telefoanele voastre? Puteţi să ajungeţi la ele fără să vă mişcaţi picioarele? Iar atunci când dormiţi puteţi să ajungeţi din pat la telefon? Dacă sunteţi ca mulţi alţii, acum este prima dată când v-aţi pus aceste întrebări, iar răspunsurile voastre la una dintre întrebări sau la amândouă va fi „da”. Locul în care se află telefonul s-ar putea să nu vi se pară mare lucru – genul de aspect pe care nu v-aţi sinchisi niciodată să îl luaţi în calcul în toiul vieţilor voastre ocupate – dar este un exemplu extraordinar al puterii arhitecturii comportamentale. Asemenea unui arhitect care proiectează o clădire, şi voi proiectaţi conştient sau inconştient spaţiile care vă înconjoară. Dacă telefonul se află în apropiere, atunci sunteţi cu mult mai predispuşi să apelaţi la el pe parcursul zilei. Mai rău, sunteţi mai predispuşi să vă întrerupeţi şi somnul, dacă vă ţineţi telefonul lângă pat. Nimeni nu ştie asta mai bine decât Cosette Rae de la reSTART, cea despre care v-am spus mai devreme în această carte că preferă Myst, un joc greoi din anii 1990. „Eu îmi rătăcesc «intenţionat» telefonul pe parcursul zilei”, mi-a spus Rae când am fost în vizită la reSTART. „Trebuie să am un smartphone pentru chestiunile de serviciu, dar refuz să îl las cu sonorul pornit”. Eu m-am chinuit luni întregi să iau legătura cu Rae şi până la urmă mi-a răspuns la telefonul fix din biroul ei de la reSTART. Şi-a cerut scuze şi mi-a spus că acela era felul ei de a-şi gestiona dependenţa de telefon.

Arhitectura comportamentală admite faptul că nu putem evita complet tentaţiile. Nu poţi să nu mai foloseşti deloc telefonul, dar poţi să îţi propui să îl foloseşti mai rar. Nu poţi evita să verifici e-mailul, dar viaţa înseamnă să faci mult mai multe lucruri, aşa că nu e obligatoriu să îţi actualizezi contul tot timpul. Există un anumit timp pentru muncă şi tehnologie şi un anumit timp pentru concedii şi relaţii sociale. Multe dintre instrumentele care ne alimentează dependenţele sunt profund invazive, aşa că trebuie să fim vigilenţi. Smartphone-urile sunt omniprezente; dacă deţineţi dispozitive tip accesoriu, acestea vă rămân pe corp tot timpul cât sunteţi treji (şi uneori chiar şi când dormiţi). Munca vine cu voi acasă prin telefoane, tablete şi laptopuri, iar cumpărăturile sunt mereu o variantă la îndemână. Este tentant să dormiţi cu telefonul în apropiere „în caz de ceva”, dar studii recente au arătat că inclusiv atunci când doar vă uitaţi la un ecran aprins cu puţin timp înainte de culcare, aceasta vă afectează grav capacitatea de a dormi profund. Aceste dispozitive sunt proiectate pentru a sta cu noi tot timpul – acesta este unul dintre avantajele esenţiale promovate la ele – aşa că este uşor să le permitem să treacă peste graniţele stabilite pentru componentele cu tehnologie şi cele fără tehnologie din vieţile noastre.

Atunci, primul principiu al arhitecturii comportamentale este foarte simplu: orice aveţi în apropiere va avea un impact mai mare asupra vieţii cognitive decât ceea ce se află mai departe. Înconjuraţi-vă cu tentaţii şi veţi fi tentaţi; eliminaţi tentaţiile din locurile la care aveţi acces uşor şi veţi descoperi noi rezerve de voinţă. Proximitatea este atât de puternică încât influenţează chiar şi natura prieteniilor, respectiv cu cine ajungeţi să vă întâlniţi întâmplător.

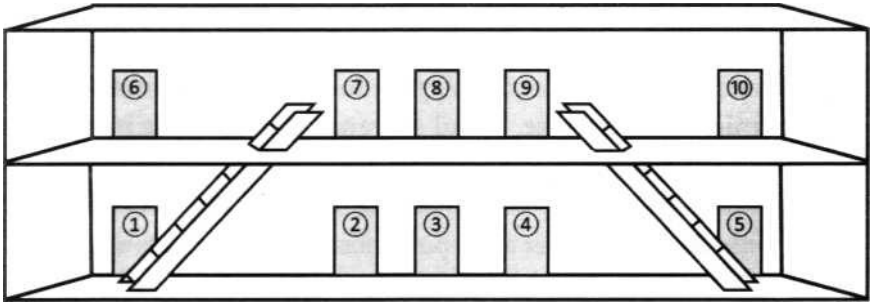
După încheierea celui de-al Doilea Război Mondial, universităţile se chinuiau să facă faţă numărului record de

înscrieri.147 La fel ca multe alte universităţi, Institutul de Tehnologie din Massachusetts a construit o serie de clădiri noi pentru soldaţii care se întorceau acasă şi tinerele lor familii. Unul dintre aceste complexuri rezidenţiale a fost botezat Westgate West. Clădirile au fost în acelaşi timp şi laborator de cercetare pentru trei dintre cei mai mari specialişti în ştiinţe sociale din secolul XX şi care au ajuns să schimbe felul în care ne gândim la arhitectura comportamentală.

La sfârşitul anilor 1940, psihologii Leon Festinger şi Stanley Schachter şi sociologul Kurt Back au început să se întrebe cum se formează prieteniile. De ce unii oameni ajung să aibă prietenii strânse, în timp ce alţii abia reuşesc să poarte discuţii de complezenţă? Unii experţi, inclusiv Sigmund Freud, au explicat că formarea prieteniilor avea legătură cu perioada copilăriei foarte mici, respectiv la momentele în care copiii asimilează valorile, credinţele şi atitudinile care urmau să îi apropie sau să îi separe mai târziu în viaţă. Dar Festinger, Schachter şi Back au luat în calcul o altă ipoteză.

Cercetătorii credeau că spaţiul fizic era cel care influenţa formarea prieteniilor; că „prieteniile e mai probabil să se dezvolte pe baza unor contacte scurte şi trecătoare în timpul drumului de acasă şi spre casă sau în timpul plimbărilor prin cartier”. Din punctul lor de vedere, nu era vorba despre faptul că oamenii cu atitudini similare deveneau prieteni, ci mai degrabă că cei care treceau unii pe lângă alţii în timpul zilei aveau tendinţa să devină prieteni şi aşa ajungeau, în timp, să aibă atitudini similare.

Festinger şi colegii lui i-au abordat pe studenţi la câteva luni după ce se mutaseră în Westgate West şi i-au rugat să îi numească pe cei mai apropiaţi trei prieteni pe care îi aveau. Rezultatele au fost fascinante – şi aveau foarte puţin de-a face cu valori, credinţe şi atitudini.



Dintre răspunsuri, 42% vizau vecinii direcţi, aşa că cel care locuia în apartamentul cu numărul 7 era foarte probabil să îi numească prieteni pe cei din apartamentele 6 şi 8 – şi mai puţin probabil să îi numească pe cei din apartamentele 9 şi 10. Chiar mai frapant, norocoşii locatari din apartamentele 1 şi 5 s-au dovedit a fi cei mai populari, nu pentru că se întâmpla să fie mai amabili sau mai interesanţi, ci pentru că se întâmpla să locuiască la capătul scărilor pe care vecinii lor de mai sus trebuiau să le folosească pentru a putea ajunge la etajul al doilea. Desigur, unele dintre aceste interacţiuni accidentale nu au rezistat, dar, spre deosebire de locuitorii izolaţi din apartamentele 2, 3 şi 4, cei din 1 şi 5 aveau şanse mai mari să cunoască unul sau două suflete-pereche.

La fel cum tindem să ne împrietenim cu străinii din apropiere, suntem atraşi de orice tentaţie se întâmplă să fie la îndemână. Multe remedii pentru dependenţa comportamentală presupun stabilirea unei distanţe, psihologice sau fizice, între utilizator şi ceea ce declanşează comportamentul. Heldergroen, un birou de design olandez, şi-a proiectat mobilierul de birou în aşa fel încât să se ridice la tavan în mod automat în fiecare seară, la ora şase. Birourile, mesele şi calculatoarele sunt legate cu fire puternice din oţel care le trag în sus printr-un sistem de pârghii puse în mişcare de un motor puternic. După ora şase, biroul se transformă în spaţiu pentru yoga sau în ring de dans – sau orice altă activitate care se poate

desfăşura cu succes pe o podea liberă. Producătorul de maşini german Daimler are o politică similară pentru e-mailuri. Cei 100 ooo de angajaţi ai companiei pot să îşi configureze contul de e-mail în aşa fel încât să se şteargă automat e-mailurile când sunt în concediu. Un aşa-numit asistent de *corespondenţă în vacanţă* trimite automat un mesaj la expeditor pentru a-i explica faptul că e-mailul nu a fost primit şi îi sugerează un alt angajat Daimler care poate răspunde, dacă mesajul este urgent. Angajaţii se întorc din concediu la o căsuţă poştală electronică aflată în exact aceeaşi formă ca în momentul plecării, cu săptămâni în urmă.

În momentul în care îţi configurezi e-mailurile să se şteargă automat sau să-ţi dispară biroul, recunoşti că eşti o altă persoană atunci când eşti tentat să îţi verifici e-mailul sau să lucrezi până târziu. Poate că eşti adult acum, dar această versiune viitoare a ta seamănă mai mult cu un copil. Cea mai bună modalitate de a prelua controlul de la versiunea ta copilăroasă din viitor este să iei măsuri câtă vreme eşti încă adult – să creezi o lume care îl convinge, amăgeşte sau chiar obligă pe sinele tău viitor să facă ceea ce trebuie. Un ceas cu alarmă numit SnuzNLuz[30] ilustrează superb această idee. SnuzNLuz este conectat wireless la contul tău bancar. De fiecare dată când apeşi pe butonul de amânare al alarmei, acesta îţi ia din cont în mod automat o sumă prestabilită şi o donează unei opere de binefacere pe care o deteşti. Susţii Partidul Democrat? Apasă pe amânare şi vei face o donaţie de zece dolari către Partidul Republican. Dacă îl susţii pe acesta, vei dona

30 0 formă simpatică de a scrie celebra expresie [ifyou] snooze [you] lose, care de regulă se referă la ratarea unor oportunităţi – un fel de „dacă dormi pe tine/dacă nu eşti suficient de rapid, atunci ai de pierdut" dar în acest caz pare să se apropie de sensul propriu (dacă dormi pe tine, adică dacă apeşi pe amânare („snooze") atunci când sună alarma, ai de pierdut (la propriu, bani din bancă) (n.t.).

pentru cel democrat. Aceste donaţii sunt modalitatea prin care versiunea ta din prezent încearcă să ţină sub control versiunea ta din viitor.

SnuzNLuz îţi modelează comportamentul prin mici pedepse, promiţându-ţi durere dacă nu eşti cuminte, în loc de plăcere, dacă faci ceea ce trebuie. Aceasta este o alegere înţeleaptă. Recompensele sunt mult mai distractive decât pedepsele, dar dacă scopul este să schimbi un obicei, atunci mici pedepse sau necazuri sunt adesea mai eficiente.148 Aceasta este o idee veche, foarte răspândită în ştiinţa psihologică: suntem mult mai sensibili la pierdere şi la evenimente negative decât suntem la câştiguri şi evenimente pozitive. Pentru a înţelege mai bine cum funcţionează asta, gândiţi-vă că participaţi la un concurs televizat, iar gazda emisiunii vă oferă ocazia să jucaţi un joc. Prezentatorul aduce o monedă şi vă spune că urmează să vă dea io ooo de dolari, dacă moneda cade cu marca în sus, dar că va trebui să îi daţi voi io ooo de dolari lui, dacă iese banul. Aţi intra în joc? Foarte puţini oameni acceptă provocarea, deşi jocul este echilibrat – cu mult mai echilibrat decât cele mai multe dintre jocurile din cazinouri care sunt aranjate în avantajul casei. Dar eventualitatea de a pierde io ooo de dolari este cu mult mai intimidantă decât tentanta posibilitate de a câştiga io ooo de dolari. Mintea se va concentra pe ideea de pierdere, respectiv pe durerea potenţială provocată de pierdere cu mult mai mult decât pe bucuria potenţială a câştigului. Pierderile sunt covârşitoare şi vom face multe pentru a le evita. (Am întrebat sute de oameni dacă ar juca acest joc teoretic şi doar 1 – 2% au spus că da. Pentru a ajunge la un procent de 50%, potenţialul câştig trebuie să fie cam de două ori şi jumătate mai mare decât potenţială pierdere.)

Maneesh Sethi este antreprenorul care a proiectat un produs numit Pavlok, produs care se foloseşte de puterea feedbackului negativ pentru a descuraja năravurile care se

pot transforma în dependenţe. „Există două feluri de oameni”, mi-a spus Sethi. „Cei care generează o mulţime de idei şi cei care pun în practică acele idei”. Sethi se referă la el însuşi ca fiind un om al ideilor. „Cu câţiva ani în urmă am angajat o fată care să mă plesnească peste faţă de fiecare dată când intram pe Facebook”. A mers bine, o vreme, dar Sethi a lucrat la o soluţie permanentă, iar acea soluţie este Pavlok, o mică brăţară inteligentă care oferă feedback în momentul în care utilizatorul revine la năravul interzis. Această metodă este cunoscută sub numele de terapie aversivă: asocierea unei acţiuni pe care aţi vrea să o schimbaţi cu o senzaţie neplăcută sau faţă de care aveţi aversiune. La nivel subtil, Pavlok vibrează sau scoate sunete discrete în momentul în care faceţi ceva ce aţi promis să nu faceţi, iar la celălalt capăt al spectrului, cel invaziv, administrează un şoc electric de intensitate medie. Utilizatorii pot administra manual feedbackul negativ sau pot asocia dispozitivul cu o aplicaţie care să administreze feedbackul în mod automat la semnale predefinite.

Sethi a fost generos şi mi-a trimis un Pavlok după ce am terminat de vorbit (dispozitivul se vinde cu 500 de dolari). Am testat funcţia de şoc imediat ce am deschis cutia. A fost surprinzător de puternic şi am înţeles cum ar putea să descurajeze obiceiurile proaste o doză regulată de astfel de şocuri. Se spune că atunci când a testat dispozitivul, Richard Branson i-a dat lui Sethi un pumn în stomac, surprins fiind de intensitatea şocului. Printre alţi utilizatori se numără şi antreprenorul şi scriitorul Tim Ferriss, actorul Ken Jeong, omul de afaceri Daymond John şi congresmenul Joe Kennedy.

Pavlok pare să fie bine primit pentru început, dar este prea devreme pentru a spune dacă va reuşi să atragă publicul larg. (Un psihiatru din oraşul New York a început să folosească produsul, dar încă se află în stadiu experimental.) La fel cum prima generaţie care s-a născut

cu iPad nu a ajuns încă la vârsta majoratului, nici remediile menite să tempereze dependenţele comportamentale nu sunt încă mature. Toate aceste soluţii propuse sunt, într-o anumită măsură, încă exploratorii, iar Sethi şi echipa lui revizuiesc permanent Pavlok şi aplicaţia aferentă. Totuşi campania de finanţare de pe Indiegogo a fost un succes uriaş, adunând aproape 300.000 de dolari – de cinci ori mai mult decât suma pe care şi-o dorea Sethi în momentul în care a lansat campania.

Succesul lui Pavlok se datorează parţial simplităţii acestuia, precum şi testimonialelor expresive de pe site-ul produsului. Iată cum descrie Sethi produsul pe pagina sa:

1. Descarci aplicaţia şi selectezi obiceiul de care vrei să scapi.

2. Îţi pui la mână Pavlok-ul şi asculţi instructajul din sesiunile de cinci minute. Aplicaţia va declanşa automat Pavlok-ul, tu trebuie doar să fii atent.

3. Foloseşte şocul lui Pavlokân momentul în care faci ceea ce ţi-ai propus să nu faci. Pavlok poate fi declanşat de senzori şi aplicaţii, printr-o telecomandă sau manual. Calea manuală este la fel de eficientă ca cea automată.

4. S-ar putea să ţi se pară că ai scăpat de obicei în trei-patru zile. Continuă să practici prostul obicei (cu şoc) cel puţin încă cinci zile, forţându-te chiar să îl practici intenţionat, dacă este necesar. Cu cât continui mai mult, cu atât te apropii mai mult de eliminarea permanentă a obiceiului.

Sethi spune că primele rezultate sunt promiţătoare. Doar câteva procente dintre fumători reuşesc să se lase brusc, dar Sethi anunţă că 55% dintr-un eşantion de fumători obişnuiţi se lasă de fumat după ce urmează procesul instructiv de cinci zile al lui Pavlok. Acelaşi lucru este valabil şi pentru alte obiceiuri, în videoclipurile din aplicaţie, Nagina vorbeşte despre cum a reuşit să nu-şi mai roadă unghiile, David nu-şi mai scrâşneşte dinţii şi Tasha

explică şi ea cum a reuşit să renunţe la zahăr. Scriind pentru Yahoo Tech, Becky Worley a explicat că şocurile lui Pavlok au descurajat-o să mai folosească Facebook, despre care credea că îl folosea mult prea des. Este prea devreme să ne dăm seama dacă Pavlok va avea pentru toată lumea rezultate la fel de bune ca pentru Becky, Nagina, David şi Tasha, dar teoria ştiinţifică din spatele dispozitivului îl susţine ferm. Chiar şi fără Pavlok, vă puteţi proiecta mediul în aşa fel încât să vă administraţi mici pedepse imediat după manifestarea obiceiurilor proaste – pedepse ca sarcini pe care aţi prefera să le evitaţi sau experienţe pe care le consideraţi neplăcute.

Unul dintre cele mai importante puncte forte ale lui Pavlok este faptul că face munca grea în locul vostru. Nu trebuie să vă amintiţi să faceţi ceea ce trebuie, pentru că dispozitivul vă va aminti printr-un şoc atunci când nu reuşiţi. Dar are şi o slăbiciune. Puteţi să renunţaţi la el oricând vreţi să nu îl mai folosiţi. Pedepsele sunt eficiente atunci când sunt neplăcute în mod autentic, dar unii oameni s-ar putea să renunţe să mai folosească un dispozitiv care le creează neplăcere. Secretul pentru acei indivizi este descoperirea unei metode care să nu fie aversivă.

În 2008 îmi terminam doctoratul la Universitatea Princeton, când Daniel Kahneman, câştigătorul Premiului Nobel, m-a invitat în biroul lui. Mi-a spus: „Te rog să-mi vorbeşti despre cercetarea ta”. Eram entuziasmat. Kahneman şi colegul lui Amos Tversky fuseseră pionieri în domeniul raţionamentului şi al procesului de luare a deciziilor, iar acum, 40 de ani mai târziu, eu eram un tânăr cercetător în acelaşi domeniu. I-am spus lui Kahneman că îmi doream să inventez un ceas micuţ cu alarmă care să se ţină după fiecare dintre noi şi să sune de fiecare dată când eram pe punctul de a lua o decizie importantă. El şi Tversky petrecuseră decenii cu studiul lenii în luarea

deciziilor, aşa că a înţeles perfect unde voiam să ajung. „Deci acest ceas deşteptător le va spune oamenilor când să fie foarte atenţi?”, m-a întrebat. „Ai nevoie de echivalentul cognitiv al unui panou care afişează intermitent mesajul FII ATENT ACUM! în faţa ochilor oamenilor, exact la momentul potrivit”.

Încă nu am inventat ceasul deşteptător, dar o companie numită MOŢI testează un dispozitiv (numit tot MOŢI) care se apropie de idee. Fondatoarea companiei, Kayla Matheus, a observat că oamenii au tendinţa să renunţe în timp la dispozitivele lor accesoriu. „Când te uiţi la studiile despre dispozitivele accesoriu”, a spus ea într-un interviu acordat celor de la Fastloexist, „se remarcă o pondere uriaşă de abandon. Fluxul de date în sine nu este suficient. Suntem fiinţe umane – avem nevoie de mai mult”. Matheus vorbea din experienţă. Se accidentase la ligamentul încrucişat anterior şi se chinuia să ţină pasul cu recuperarea. Mulţi oameni trec prin aceeaşi experienţă cu dispozitivele care le monitorizează activitatea fizică, pe care le cumpără şi apoi le abandonează rapid pe fundul unui sertar. Aceste dispozitive de monitorizare sunt pasive: tu trebuie să alegi să le foloseşti, altfel sunt inutile.

Matheus a creat MOŢI pentru a consolida obiceiurile bune în acelaşi fel în care mesajul lui Kahneman cu FII ATENT ACUM! consolidează analiza atentă. Este un dispozitiv simplu, asemănător unui animal, care îţi monitorizează comportamentul de-a lungul timpului. „În esenţă, va înţelege ce este normal pentru tine”, spune Matheus. „Dacă începi să te abaţi de la drumul tău, atunci vei primi un semn care să-ţi amintească asta. În loc să fie o notificare agresivă, şi care poate fi eliminată dintr-o singură mişcare, MOŢI s-ar putea să se întristeze sau să se enerveze”. Există un mic buton în partea din faţă a dispozitivului pe care îl apeşi în momentul în care faci ceea ce trebuie. Pentru unii asta înseamnă gimnastica de

recuperare pentru un ligament accidentat; pentru alţii va fi o tură de alergare pe zi sau închiderea telefoanelor şi a laptopurilor şi mersul la culcare înainte de ora zece seara. MOŢI îţi arată un curcubeu şi cântă o serie de triluri atunci când faci ceea ce trebuie; când nu ai grijă de el o vreme emite o lumină roşie intermitentă şi ciripeşte şi bâzâie nemulţumit, pentru a-ţi aminti de el. Spre deosebire de aplicaţiile pasive, MOŢI iese în evidenţă. Nu poţi să îl ignori – şi primele teste sugerează că oamenii formează o legătură cu dispozitivul, aşa că nu îl abandonează. Una dintre primele persoane care a testat dispozitivul lui Matheus se chinuia să bea suficient de multă apă. „Are tendinţa să rămână uitat la birou şi uită să se hidrateze”, spune Matheus. „Pentru că este un obiect fizic, devine dintr-odată un stimul integrat în mediu. De fiecare dată când scrie ceva la calculator, îl va zări pe MOŢI, care e chiar acolo, şi aşa îşi va aminti”. Cei care au testat MOŢI par să aibă un simţ al datoriei faţă de micul dispozitiv – de parcă l-ar dezamăgi atunci când greşesc.

De fapt, alegerea unor recompense şi pedepse care să afecteze şi o altă persoană de care vă pasă este o metodă foarte eficientă de formare a obiceiurilor potrivite. Aceasta este ideea din spatele unei tehnici de motivare numită „Nu-ţi irosi banii”. Pentru a începe, îţi stabileşti un obiectiv. Să zicem că ţi-ai folosit telefonul aproximativ trei ore pe zi, iar pe parcursul următoarelor patru săptămâni ai vrea să scazi acel număr cu câte cincisprezece minute în fiecare săptămână. Până la finalul perioadei de patru săptămâni ai vrea să nu îţi foloseşti telefonul mai mult de aproximativ două ore pe zi. În fiecare săptămână pui nişte bani într-un plic – să zicem 50 de dolari. Suma ar trebui să fie mărişoară, dar nu într-atât de mare încât să te destabilizeze financiar dacă ar fi să o pierzi patru săptămâni la rând. Pui un timbru pe plic şi treci la destinatar adresa unei organizaţii frivole sau a unei cauze

pe care nu o sprijini. (Gândeşte-te la SnuzNLuz, unde republicanii trimiteau donaţii Partidului Democrat şi invers.) Printre alte organizaţii, un manual sugerează următoarele opţiuni:

Asociaţia americană de Yo-Yo 12106 Fruitwood Drive Riverview, FI 33569

Fan-clubul internaţional al lui Fabio Preşedintei Donamamie E. White 37844 Mosswood Drive Fremont, CA 94536

Dacă reuşeşti să îţi atingi scopul zilnic, rupi plicul şi cheltuieşti acei bani în mod interactiv cu o persoană: inviţi la prânz un prieten, îi cumperi fiului o îngheţată sau îi iei soţului/ soţiei un cadou. Cheltuielile relaţionale au două avantaje: vă fac responsabili, aşa că, dacă nu reuşiţi să vă îndepliniţi obiectivul, are şi altcineva de suferit; şi reprezintă o recompensă superioară, pentru că atunci când cheltuiţi pentru alţii sunteţi mai fericiţi decât atunci când cheltuiţi pentru voi înşivă sau când vă plătiţi facturile.

Arhitectura comportamentală admite faptul că tentaţia nu poate fi complet evitată. În locul abstinenţei şi al evitării, multe soluţii au legătură cu instrumente menite să atenueze caracterul psihologic nemijlocit al experienţelor dependente. Programatorul Benjamin Grosser a conceput unul dintre aceste instrumente iscusite.1 Grosser explică pe site-ul lui:

Interfaţa Facebook este plină de numere. Aceste numere, sau statistici, măsoară şi prezintă valoarea şi activitatea noastră socială prin faptul că ne numără prietenii, aprecierile, comentariile etc. Facebook *Demetricator* este un add-on pentru browser care ascunde aceste statistici. Accentul nu mai cade pe cât de mulţi prieteni aveţi sau pe cât de mult vă apreciază postarea, ci pe cine sunt şi ce au spus. Contorul de prieteni dispare. „16 persoane apreciază asta” devine „oamenilor le place asta”. Prin astfel de schimbări, Demetricator îi invită pe

utilizatorii Facebook să încerce sistemul fără numere, pentru a vedea cum li se modifică experienţa în absenţa lor. Prin acest demers îmi propun să distrug obligaţiile sociale predefinite pe care le formează aceste statistici, încurajând o societate în reţea care să nu fie dependentă de cuantificare.

Demetricator face în aşa fel încât să devină imposibil de verificat câţi prieteni aveţi sau cât de multe aprecieri şi comentarii aţi primit. Iată o captură de ecran care include statisticile obişnuite de pe Facebook:

Like Comment Share 12 hours ago * & 15 10 people like this.

? 3 shares

Q View all 7 comments

Totul este măsurat numeric şi se actualizează pe măsură ce trece timpul. Întotdeauna există ceva de verificat, pentru că feedbackul se schimbă cu fiecare comentariu sau like nou. În schimb, aşa arată acelaşi feedback filtrat prin Demetricatorul lui Grosser:

Like Comment Share recently e «5 people like this.

(p shares

Q View all comments

Afli că oamenilor le place postarea ta, că a fost distribuită şi că există comentarii, dar nu poţi pune accentul pe cifre, pentru că au dispărut. Demetricator face exact invers faţă de ceea ce fac dispozitivele Fitbit şi ceasurile Apple. Atunci când cumpărăm acele dispozitive alegem să adăugăm artificial noi statistici în vieţile noastre pentru a măsura cât de departe ne plimbăm, cât de profund dormim, cât de repede ne bat inimile etc. Acestea sunt procese care nu au fost măsurate şi monitorizate timp de milenii întregi.

Demetricatorul lui Grosser este relativ subtil. Mai degrabă atenuează semnalele de feedback care fac din Facebook un generator al dependenţei decât vă împiedică

să folosiţi reţeaua cu totul. Dacă eliminarea statisticilor nu este un stimul suficient de puternic, programul Waste Noâime este o alternativă severă. Waste Noâime monitorizează cât timp petreceţi pe site-uri pe care le adăugaţi într-o listă neagră. De exemplu, aţi putea să adăugaţi la propria listă neagră site-uri ca Facebook, Twitter şi YouTube. Puteţi să vă împiedicaţi cu totul browserul să acceseze unele dintre aceste platforme, iar pentru altele puteţi impune o limită de timp pentru utilizare. De exemplu, aţi putea folosi o regulă de tipul: „De la nouă dimineaţa la cinci după-amiaza nu voi sta mai mult de jumătate de oră pe Facebook”. Puteţi impune limite stricte în timpul programului de lucru şi înainte de culcare şi limite permisive în timpul liber. În cazul unei urgenţe, există metode pentru a trece peste Waste Noâime, dar să te descotoroseşti de program este îndeajuns de frustrant încât procedura să fie ca o descurajare serioasă.

Arhitecţii comportamentali inteligenţi fac două lucruri: proiectează medii lipsite de tentaţii şi înţeleg cum să facă mai puţin atrăgătoare tentaţiile inevitabile. Acest proces seamănă puţin cu dezmembrarea unui calculator: prin inginerie inversă aplicată experienţei înveţi ce le face să dea dependenţă de la bun început, deci şi cum să le dezarmezi. Luaţi exemplul vizionării compulsive pe Netflix. S-ar putea să vreţi să evitaţi să vă mai uitaţi la Netflix cu totul, aşadar, cum combateţi fluxul de suspans de la finalul episoadelor? Dacă înţelegeţi structura vizionărilor exagerate, devine mai uşor să evitaţi să cădeţi în capcana fenomenului.1*O Aceasta este structura elementară pentru două episoade dintr-un serial (şi începutul unui al treilea):

r

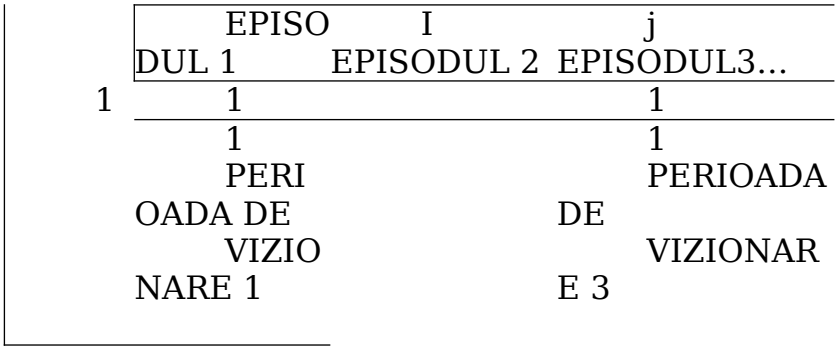
ELEMENTUL DE SUSPANS 1 ELEMENTUL DE SUSPANS 2 ÎNSERAT ÎNSERAT

EPISODUL 1

I
I
I EPISODUL 2 t
EPISODUL 3…
ELEMENTUL DE SUSPANS 1 ELEMENTUL DE SUSPANS 2 REZOLVAT REZOLVAT

De obicei un episod durează 42 de minute (cu aproximativ 18 minute dedicate reclamelor). Ultimele câteva minute de la finalul primului episod sunt dedicate pregătirii şi înserării primului element de suspans: cineva e împuşcat şi ne întrebăm dacă mai trăieşte sau dacă criminalul este demascat, dar nu putem să vedem cine este. Apoi, primele câteva minute din al doilea episod sunt dedicate rezolvării acelui prim element de suspans, în aşa fel încât spectatorul să poată merge mai departe spre miezul celui de-al doilea episod, aşteptând – aţi ghicit – cel de-al doilea element de suspans care apare în apropiere de finalul celui de-al doilea episod. Pentru un spectator aceste elemente sunt ca un drog. Presupunând că vă place serialul, dacă urmaţi structura stabilită de scenarişti, vă veţi lupta să nu rămâneţi captivi în procesul de vizionare compulsivă. Totuşi ceea ce puteţi face este să scurteircuitaţi elementele de suspans, fie înainte să apară, fie după ce s-au rezolvat. Există două modalităţi prin care puteţi să faceţi asta. În loc să vă uitaţi la fiecare episod de 42 de minute de la început până la sfârşit, puteţi să vă uitaţi la primele 37 de minute din fiecare episod şi să vă opriţi înainte de apariţia elementului de suspans. (Dacă ştiţi după ce să vă uitaţi, adesea veţi vedea că se apropie elementul de suspans.)

f		PERIOA
	DA	DE
	VIZIONARE 2	
	1	
1”.	1	



Sau, dacă nu sunteţi siguri că veţi putea să vă opriţi înainte de apariţia elementului de suspans, puteţi să vă uitaţi la începutul următorului episod şi să vă opriţi după rezolvare. Astfel veţi urmări începând cu minutul al cincilea al fiecărui episod şi până la al cincilea minut din următorul. Această abordare nu micşorează plăcerea din timpul vizionării – tot vă bucuraţi de suspans şi de rezolvare dar limitează probabilitatea de a vă uita deodată la sezoane întregi.

PERIOADA DE VIZIONARE 3

Î

I

PERIOADA DE VIZIONARE 2

1

EPISODUL 1 | EPISODUL 2 | 1 | EPISODUL 3...

L

L

t

PERIOADA DE VIZIONAREE!

Problema pe care o avem cei mai mulţi dintre noi în majoritatea timpului este că aceste experienţe sunt atât de noi pentru noi, încât nu ştim de unde să le apucăm. Dar odată ce înţelegem cum funcţionează elementele de suspans – sau orice alt dispozitiv care dă dependenţă –

putem să găsim metode ocolitoare. Uneori, cel mai bine e să vezi ce fac experţii. Atunci când Bennett Foddy mi-a spus că el hotărâse să nu joace World of Warcraft, acesta luase o decizie dificilă şi precaută. Un test clasic pentru a hotărî dacă să începeţi sau nu un joc nou sau o nouă activitate este să vă întrebaţi dacă v-aţi permite să pierdeţi *astăzi* o anumită perioadă pentru acea experienţă. Conform unui fenomen cunoscut ca eroare de planificare, chiar dacă nu avem timp astăzi, presupunem că vom avea mai mult în viitor. De aceea oamenii refuză multe solicitări care ar trebui să se întâmple în săptămâna următoare, dar acceptă solicitări similare care urmează să se întâmple peste câteva luni. Aceasta este o greşeală, pentru că nivelul de timp liber din ziua curentă este un reper excelent pentru cât de mult timp veţi avea la dispoziţie peste câteva luni. Dacă vă faceţi griji că WoW s-ar putea să înghită prea mult timp astăzi şi mâine, atunci ar trebui să aveţi aceeaşi rezervă şi faţă de cum ar putea să vă afecteze în două luni sau peste un an sau doi. Acesta este motivul pentru care Foddy a fost îndreptăţit să evite WoW şi pentru care a fost înţelept să spună „nu” unei experienţe care avea potenţialul să dea dependenţă şi să-i consume mult timp.

WoW are o mare problemă: vă dă peste cap agenda proprie. Trebuie să jucaţi atunci când joacă prietenii, aşa că alte sarcini mai importante se pierd printre picături. În schimb, bogăţia de dispozitive digitale care înregistrază şi redau la cerere videoclipuri (dispozitive DVR) face ca vizionarea unui program TV să poată fi amânată până când nu mai aveţi de făcut alte lucruri mai urgente. Dispozitivele DVR par a fi mană cerească, dar sunt de fapt instigatori puternici la dependenţă. Posturile TV au o istorie îndelungată în ceea ce priveşte rezervarea celor mai cunoscute şi mai bune programe pentru multrâvnitele perioade cu maximă audienţă şi, chiar dacă oamenii îşi

înregistrau emisiunile pe casete, procesul era mult mai complicat decât este astăzi cu înregistrările făcute cu dispozitive DVR şi vizionările la cerere. Astăzi o serie de programe importante sunt difuzate între ora două şi şase dimineaţa, interval în care se înregistrează cele mai mici audienţe. Din *Mad Men*, unul dintre cele mai bune seriale din ultimul deceniu, se difuzează în toiul nopţii sezoane mai vechi pentru ca noii spectatori să ajungă din urmă sezonul curent. Rezultatul a fost că mii de oameni care altă dată ar fi pierdut trenul pot să decidă acum dacă vor să investească în urmărirea serialului de la început. Mulţi dintre aceştia sunt spectatori compulsivi clasici, care aşteaptă că serialele să fie parcurse de primul val de spectatori înainte să decidă dacă să le urmărească şi ei. În loc să rateze cu totul serialul – şi să facă alte lucruri în acel timp – sunt momiţi şi forţaţi să vizioneze la foc automat, dacă vor să ajungă din urmă până la episoadele la zi. Aici soluţia nu este să jurăm să renunţăm la dispozitivele DVR, ci, poate, să le folosim mai rar şi cu discernământ. Sau, dacă ar fi să folosim testul lui Bennett Foddy: dacă va dura prea mult acum, nu este înţelept să le înregistrez pentru o săptămână sau pentru o lună din viitorul apropiat.

De asemenea, e foarte uşor să îţi spui că nu te vei uita decât la un episod sau două şi, cu excepţia cazului în care serialul chiar merită timpul, te vei abţine să te uiţi la episoadele rămase. Totuşi Netflix a măsurat într-un studiu recent de cât timp este nevoie pentru ca spectatorii să devină absorbiţi de fiecare serial. Netflix a calculat pentru fiecare serial de câte episoade a fost nevoie pentru ca 70% dintre spectatori să se uite în continuare până la finalul acelui sezon şi încă şi mai departe de atât.1[31]1 Cele mai multe nu au dat dependenţă chiar după vizionarea episodului-pilot, dar unele au devenit obiectul dependenţei

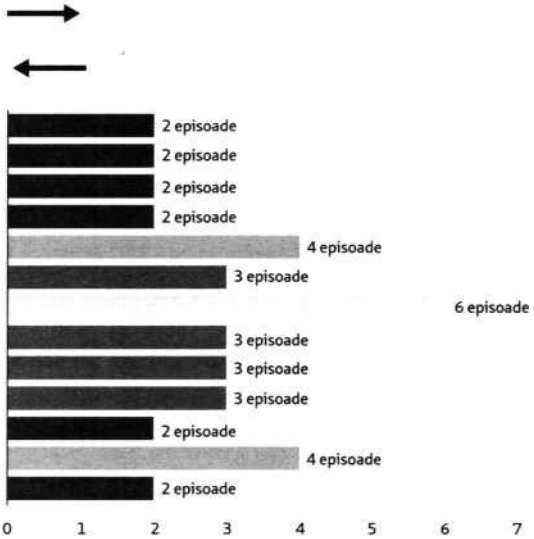
31 în original, gamification, termen care a fost preluat ca atare în limba română şi care înseamnă transformarea în joc (n.t.).

marii majorităţi a spectatorilor până la episoadele 2, 3 sau 4 (vedeţi figura de la pagina 312).

Astfel, rămâneţi cu trei opţiuni: evitaţi cu totul să vă uitaţi la serial, începeţi să vă uitaţi când vă permiteţi să pierdeţi câteva ore în favoarea unei sesiuni de vizionări compulsive sau – cel mai bine – vă folosiţi de tehnica dezarmării elementelor de suspans pentru a elimina pericolul acestora de la finalul episoadelor. Dacă vă proiectaţi înţelept contextul, veţi avea şanse mai mari să evitaţi dependenţe comportamentale nocive.

The Walking Dead Suits

Mai puţin predispus să dea dependenţă



Mai predispus să dea dependenţă

Sons of Anarchy Scandal Pretty Little Liars Orange Is the New Black Mad Men House of Cards Gossip Girl Dexter Breaking Bad Better Call Saul Bates Motel însă nu toate experienţele dependente sunt rele. Teoretic, aceleaşi ancore care susţin dependenţa pot fi canalizate şi pentru a susţine alimentaţia mai sănătoasă, activitatea fizică practicată în mod regulat, economisirea pentru perioada

pensiei, donaţiile caritabile şi studiul dedicat. Uneori, problema nu este că suntem dependenţi de categoriile greşite de comportamente, ci mai degrabă că le abandonăm pe cele bune. Arhitectura comportamentală nu este doar un instrument pentru a face mai puţin din ce e greşit; este şi o unealtă pentru a face mai mult din ce e bine.

Aici intră în scenă *gamificarea*".

Gamificarea

12

La sfârşitul lui 2009, agenţia de publicitate suedeză DDB Stockholm s-a ocupat de o campanie online pentru Volkswagen. Volkswagen lansa un model nou de maşină, model mai prietenos cu mediul şi care fusese proiectat în aşa fel încât să facă şofatul mai distractiv, aşa că DDB a botezat campania Teoria Distracţiei.152 „Distracţia poate să schimbe în bine comportamentul oamenilor", a explicat un director, aşa că poate o doză de distracţie i-ar convinge pe şoferi să încerce noua maşină. Pentru a stârni reacţii, DDB a lansat o serie de experimente isteţe prin tot oraşul Stockholm. Fiecare dinte acestea transformă în joc un comportament care altfel era banal.

Primul experiment a avut loc în staţia centrală de metrou din Stockholm – la Odenplan. Navetiştii aveau două opţiuni la ieşirea din staţie: să urce un şir de 24 de trepte sau să stea pe nişte scări rulante înguste. Înregistrările surprinse de camerele de supraveghere arătau că navetiştii erau în mod implicit leneşi, îngrămădindu-se spre scările rulante aglomerate în loc să urce pe treptele goale. DDB a explicat că problema era că treptele nu erau distractive. Aşadar, târziu, într-o seară, o echipă de muncitori a transformat treptele într-un pian electronic. Fiecare treaptă a devenit o clapă de pian care emitea un ton la volum înalt atunci când se exercita presiune asupra ei. Dimineaţă, navetiştii s-au apropiat de ieşirea din

Odenplan la fel cum o făceau de obicei. La început, cei mai mulţi au folosit scările rulante, dar s-a întâmplat ca vreo câţiva să urce pe scări, compunând, fără să vrea, scurte melodii în timp ce ieşeau din staţie. Alţi navetişti au observat asta şi în curând treptele au ajuns să fie mai populare decât scările rulante. Conform înregistrării, „cu 66% mai multe persoane decât în mod normal au ales treptele în locul scărilor rulante”. Oamenii se adună atunci când transformi o experienţă banală într-un joc.

DDB a lansat şi alte experimente pe măsură ce campania începuse să facă vâlvă. Într-un parc foarte frecventat, un expert în electronică a creat „cel mai adânc coş de gunoi din lume” – un coş de gunoi modificat în aşa fel încât să pară că are ecou, sugerând că ceea ce se aruncă în el a căzut foarte de sus înainte să se prăbuşească departe. Alte coşuri din parc adunau cam 36 de kilograme de gunoi în fiecare zi; cel mai adânc a adunat de două ori mai mult. În altă parte a oraşului, oamenii foloseau incorect containerele pentru reciclare selectivă, aşa că DDB a transformat unul dintre containere într-un aparat de joc. Jocul îi recompensa pe cei care foloseau corect containerul prin afişarea unor lumini pulsatorii şi acordarea de puncte care se înregistrau pe un panou mare şi roşu. În medie, doar doi oameni foloseau în mod corect containerele în fiecare zi; însă după campanie mai mult de o sută de oameni au folosit containerul-joc în mod corect, în fiecare zi.

Campania a avut un succes nebun. Videoclipurile au atras, împreună, peste 30 de milioane de accesări pe YouTube şi o mulţime de discuţii în mediul online. În 2010, DDB a câştigat Cyber Grand Prix Lion la cel mai mare festival de publicitate din lume – o distincţie remarcabilă acordată „celor mai bune campanii virale din lume”. Mai presus de laudele industriei, campania a schimbat şi felul în care oamenii se comportau. Pentru o scurtă perioadă

locuitorii oraşului Stockholm au fost, mai ecologişti şi mai sănătoşi.

Există două modalităţi prin care se pot aborda dependenţele comportamentale: eliminarea lor sau redirecţionarea lor. Eliminarea a fost subiectul primelor unsprezece capitole din *Irezistibil*, dar – exact aşa cum a făcut DDB în Stockholm – este posibilă canalizarea spre bine a forţelor care susţin dependenţa de obiceiuri nocive. Acele chemări specific omeneşti care ne înrobesc în faţa smartphone-urilor, a tabletelor şi jocurilor ne pregătesc să facem şi lucruri bune: să mâncăm mai sănătos, să facem mai multă mişcare, să lucrăm mai inteligent, să fim mai generoşi sau să economisim mai mulţi bani. Sigur, există o graniţă difuză între dependenţele comportamentale şi obiceiurile benefice şi este important să nu uităm de acea linie de demarcaţie. Acelaşi dispozitiv Fitbit care alimentează dependenţa de activităţi fizice şi tulburări nutriţionale pentru unii pe alţii îi motivează să se ridice de pe canapea timp de o oră şi să facă gimnastică. Pârghiile dependente funcţionează prin creşterea motivaţiei, aşadar, dacă motivaţia este deja la un nivel înalt, există o probabilitate semnificativă ca acele pârghii să vă compromită echilibrul. Dacă sunteţi o persoană sedentară care detestă să facă mişcare, o doză de motivaţie nu poate decât să ajute.

Un studiu amplu al comportamentului uman dezvăluie că există destul loc pentru progres. 3 Având în vedere populaţia din ţările dezvoltate ale lumii, 67% dintre oameni sunt supraponderali sau obezi, inclusiv 67% dintre americani, 66% dintre neozeelandezi, 65% dintre norvegieni şi 61% dintre britanici, germani şi australieni. Rata de absolvire este în declin în Statele Unite la fiecare nivel educaţional, începând cu şcolile primare şi până la facultăţile de patru ani. În consecinţă, Centrul naţional pentru politici publice şi educaţie superioară” se aşteaptă

ca veniturile individuale să scadă pe parcursul următorilor cincisprezece ani. Americanii economisesc doar 3% din venitul gospodăriei; danezii, spaniolii, finlandezii, japonezii şi italienii economisesc şi mai puţin. Un articol din prestigioasă publicaţie medicală *Lancet* a prezis că jumătate dintre copiii născuţi după anul 2000 în ţările dezvoltate ale lumii vor ajunge să trăiască mai mult de 100 de ani, ceea ce le va forţa economiile pentru pensie cu zeci de ani. Între 2013 şi 2015, locuitorii Statelor Unite au fost pe primul sau al doilea loc în clasamentul celor mai generoase ţări din lume – dar chiar şi aşa americanii au făcut donaţii pentru cauze caritabile în valoare de mai puţin de 2% din veniturile lor.

Aproape oricine îşi doreşte să îşi modifice măcar un comportament la sine. Pentru unii este vorba despre cheltuieli în exces şi prea puţine economii făcute; pentru alţii este pierderea a 90% din timpul de lucru cu verificarea e-mailurilor; pentru alţii, mâncatul excesiv sau activitatea fizică insuficientă. Calea evidentă spre schimbare este prin efort, dar voinţa este limitată. DDB a arătat că oamenii sunt mai predispuşi să facă ce trebuie, dacă ceea ce trebuie se întâmplă să fie distractiv. Un programator pe nume John Breen a avut aceeaşi idee în 2007, perioadă în care fiul lui se chinuia să înveţe vocabularul pentru testarea SAT.4 Breen a conceput un program care îi arăta fiului său cuvinte aleatorii şi îi cerea să aleagă cea mai bună definiţie pentru fiecare, dintre patru opţiuni. Breen mai gestiona şi activitatea de pe un site educativ care oferea informaţii despre nivelul de sărăcie din lume, aşa că a hotărât să le combine pe cele două. Dacă site-ul aducea suficient de mult trafic, putea vinde spaţiu de publicitate oricui oferea mai mult şi urma să folosească banii din publicitate pentru a cumpăra orez pentru nevoiaşi. Aşa s-a născut Free Rice.com.

Pentru fiecare răspuns corect Breen promitea să

doneze io boabe de orez unei organizaţii caritabile. Site-ul a fost lansat pe 7 octombrie 2007, iar în prima zi a adunat 830 de boabe de orez. Free Rice a crescut atât de repede, încât după două luni Breen aduna câte 300 de milioane de boabe în fiecare zi. În 2009 a oferit platforma celor care se ocupau de Programul de alimentaţie globală al Naţiunilor Unite, iar în 2014 site-ul a ajuns şi la bobul cu numărul 100 de miliarde – suficient pentru a hrăni 5 milioane de adulţi într-o zi.

Când elevii americani sunt constrânşi să înveţe mii de cuvinte pentru testele SAT, aşa ceva pare să fie un chin; şi totuşi exact asta aleg să facă în timpul lor liber din fiecare zi mii de utilizatori ai site-ului Free Rice. Site-ul are succes pentru că Breen a reuşit să transforme corvoada într-un joc. Are toate elementele: fiecare răspuns corect are zece puncte (sub forma boabelor de orez) şi funcţionează ca punctajul obţinut la un joc. Poţi monitoriza cât de multe răspunsuri corecte ai avut la rând, iar jocul îţi comunică cel mai lung lanţ neîntrerupt. În acelaşi timp, cuvintele devin mai dificile pe măsură ce parcurgi cele 60 de niveluri ale jocului – şi scad în dificultate când greşeşti. Astfel, jocul este întotdeauna perfect calibrat între prea uşor şi prea dificil. Breen a avut şi inspiraţia să adauge elemente grafice, aşa că puteţi să vă monitorizaţi vizual progresul: un castron mic de lemn se umple cu orez până când ajungeţi la o sută de boabe şi apoi grămăjoara se răstoarnă lângă castron, rămânând lângă el în timp ce începe din nou să se umple. Când ajungeţi la o mie de boabe, grămada de lângă vas se face şi mai mare. Unii utilizatori formează grupuri care joacă împreună – grupurile şi indivizii care obţin cele mai mari punctaje apar într-un clasament zilnic iar tu şi membrii grupului puteţi să vă opriţi şi să începeţi oricând vreţi. Free Rice pare să fie o combinaţie între învăţare şi dăruire, dar în culise este susţinut de motorul unui joc.

Ceea ce au făcut DDB pentru Volkswagen şi Breen pentru Free Rice este cunoscut ca *gamification*: transformarea în joc a unei experienţe care nu are legătură cu jocurile. le Programatorul Nick Pelling este cel care a consacrat termenul în 2002. Pelling şi-a dat seama că dinamica jocurilor ar putea să facă orice experienţă mai interesantă, dar nu prea a reuşit să dezvolte latura comercială a conceptului, aşa că a stagnat până când Google şi câţiva investitori cunoscuţi au reanimat conceptul în 2010. Tema centrală a transformării în joc este că experienţa în sine ar trebui să fie propria ei recompensă. Chiar dacă nu eşti motivat să faci o donaţie în sprijinul unei organizaţii caritabile care se ocupă de probleme alimentare, sau să înveţi cuvinte noi, ar trebui să îţi doreşti să îţi petreci timpul jucând Free Rice. De-a lungul vremii, în ciuda preferinţelor personale, vei descoperi că *într-adevăr* înveţi şi donezi şi orez.

Cercetătorii acestui fenomen, Kevin Werbach şi Dan Hunter, au analizat mai mult de 100 de exemple de gamificare şi au identificat trei elemente comune: puncte, insignele şi clasamente. PBL[32], aşa cum este cunoscută triada, s-a reunit prima dată într-un program de fidelizare a clienţilor unei companii aeriene. Cei de la United au fost primii care au lansat un program de fidelizare pentru clienţi, în 1972, cu mult înainte de apariţia conceptului de transformare în joc şi curând şi alte companii aeriene au lansat programe similare. Cu fiecare zbor sau achiziţie care se califică în program, călătorii câştigă sub formă de mile; când adună suficient de multe puncte într-un singur an, aceştia câştigă *insigne* sub forma unor indicatori de statut – argint, avu –, platină etc.; iar membrii cu statut înalt stau la alte cozi, urcă în avion primii şi uneori au parte de tratament special în avion – recompense care

32 Acronim pentru points, badges and leaderboards – adică „punctele, insignele şi clasamentele" menţionate în fraza anterioară (n.t.).

funcţionează în mod evident ca un panou de scor care afişează *vârful clasamentului*.

Gamificarea este un instrument puternic în afaceri şi, dacă este bine orientată, alimentează şi comportamente mai fericite, mai sănătoase şi mai înţelepte. Acea filosofie i-a impulsionat şi pe Richard Talens şi Brian Wang, care s-au cunoscut în 2004, pe când erau boboci la Universitatea din Pennsylvania. Talens şi Wang aveau două lucruri în comun: amândoi iubeau jocurile video şi amândoi erau fanatici ai fitnessului. „Ne-am cam recunoscut vinul pe celălalt, pentru că ne-am zărit reciproc mâncând ton cu broccoli la cantină”, îşi amintea Talens într-un interviu. „Avem o perspectivă foarte asemănătoare în ceea ce priveşte fitnessul, pentru că niciunul dintre noi nu fusese în formă. Amândoi am crescut jucând jocuri video şi amândoi am văzut fitnessul ca pe un joc”. Talens şi Wang au devenit culturişti amatori, iar în 20 x1 au lansat Fitocracy – un site dedicat fitnessului transformat în joc. Până în 2013 Fitocracy ajunsese la un milion de utilizatori; până în 2015, la două milioane.

Fitocracy îşi recompensează utilizatorii cu puncte după fiecare antrenament – mai multe puncte pentru antrenamente mai dificile – şi cu insigne în momentul în care acele antrenamente ajung la anumite praguri. De exemplu, dacă termini un traseu de alergare de zece mii, vei primi insigna de cinci mii, insigna de zece mii şi 1313 puncte. Dacă ai să mergi la sală, ai să vezi două feluri de oameni: cei care preferă să se antreneze singuri; şi cei care transformă fitnessul într-un eveniment social. Fitocracy atrage ambele categorii, pentru că îţi oferă şi oportunitatea de a interacţiona cu alţi utilizatori. Poţi să îi provoci la dueluri şi să discutaţi despre ultimele antrenamente – sau poţi să te raportezi la site ca la un jurnal privat al activităţii proprii şi să te provoci pe tine însuţi să alergi mai mult şi să ridici greutăţi mai mari, fără

să trebuiască să îţi împărtăşeşti progresul cu nimeni altcineva. Varietatea este şi ea un element esenţial în procesul de transformare a activităţilor în jocuri, iar Fitocracy vă oferă diversitate prin faptul că vă permite să începeţi misiuni şi provocări bazate pe exerciţiile preferate. Wang şi Talens au adunat zeci de poveşti de la oameni care au slăbit 45 de kilograme cu ajutorul site-ului – cei mai mulţi dintre ei având de ani de-a rândul mari dificultăţi cu menţinerea unei rutine de activitate fizică.

Mulţi adulţi cedează în faţa tentaţiei, aşa că vă puteţi închipui cât se zbat copiii să facă ceea ce trebuie. Adulţii iau decizii înţelepte măcar uneori, pentru că reuşesc să privească în viitorul îndepărtat. Pe de altă parte, copiii iau decizii care le convin în prezentul imediat. Când vine vorba despre copii, nu există perspectivă pe termen lung, aşa că o prăjitură cu ciocolată înseamnă doar tentaţie şi zero consecinţe negative. Însă copiii iubesc jocurile la fel de mult ca adulţii, aşa că transformarea în joc îi înzestrează pe copii cu o doză de autocontrol. Luaţi ca exemplu igiena orală. Copiii au lucruri mai bune de făcut decât să se spele pe dinţi, mai ales înainte de culcare. Aici a intervenit Philips Sonicare, care a lansat în august 2015 o periuţă de dinţi ca un joc. Periuţa de dinţi este concepută să îi încurajeze pe copii să îşi perieze dantura timp de două minute întregi. Are un mic ecran pe care apare un personaj numit Sparkly. Copiii primesc puncte pentru periaj la nivelul fiecărui cadran al danturii, iar acele puncte îl hrănesc pe Sparkly.

Sparkly s-a dovedit a fi atât de iubit, încât copiii nu se mai săturau de periajul dentar. Un veteran al companiei a spus într-un interviu: „Pentru că cei mici iubesc jocul şi interacţionau atât de mult cu aplicaţia, aceştia nu se mai duceau imediat la culcare”. Aplicaţia a trebuit modificată în aşa fel încât Sparkly să cadă epuizat după ce se termina sesiunea de spălare a dinţilor.

Aşa cum mi-a spus Frank Lantz, directorul Centrului pentru jocuri de la Universitatea New York, e dificil să dezvolţi jocuri. Pentru fiecare joc care seduce masele, alte mii ajung să nu fie jucate. Philips a avut problema inversă, ajustând intenţionat aplicaţia Sparkly, pentru a face ca jocul să dea *mai puţină* dependenţă. Aceste ajustări sunt paşi obişnuiţi pentru platformele de transformare în jocuri, pentru că este dificil de prezis care elemente vor influenţa comportamentul. În 2009, Adam Bosworth, fostul şef al Google Health, a lansat o aplicaţie centrată pe sănătate numită Keas. La început, Keas se baza mult pe cifre şi puţin pe joc. Bosworth proiectase aplicaţia în aşa fel încât să ofere munţi de feedback, personalizat pentru fiecare utilizator. Utilizatorii completau chestionare şi introduceau date referitoare la mese şi antrenamente, iar Keas le explica felul în care alegerile pe care le făceau modelau consecinţe importante la nivelul stării de sănătate. Bosworth se gândea că utilizatorii vor face mai multă mişcare şi vor mânca mai puţin dacă trebuiau să se confrunte cu efectele lăcomiei şi ale lenei. Dar rapoartele seci pline de cifre nu au fost suficiente pentru a produce o schimbare comportamentală, aşa că şi Keas a schimbat direcţia. Bosworth a lansat aplicaţia în mai multe corporaţii de anvergură, iar acolo i-a încurajat pe angajaţi să formeze echipe concurente. Comportamentul pozitiv le aducea puncte jucătorilor, iar noua versiune a aplicaţiei includea niveluri de joc şi strategii. Bosworth a vrut să fie sigur că aplicaţia avea destule teste, aşa că echipa lui a creat mult mai multe decât se aşteptau să ducă la bun sfârşit utilizatorii în timpul programului standard de douăsprezece zile al aplicaţiei. I-a subestimat: mulţi utilizatori au devorat întregul set în mai puţin de o săptămână.

Keas a dat rezultate şi pentru că este simplă. Se bazează masiv pe un chestionar cu patru întrebări la care

utilizatorii răspund la începutul şi la finalul programului de douăsprezece zile. Întrebările sunt:

1. Eşti fumător?
2. Mănânci mai mult de cinci porţii de fructe şi legume pe zi?
3. Ai o greutate sănătoasă (un indice de masă corporală mai mic de 25)?
4. Faci mişcare cu regularitate (mai mult de 45 de minute, de 5 ori pe săptămână)?

Pentru fiecare răspuns afirmativ utilizatorii câştigă un punct – aşa că punctajele de zero sau unu indică un stil de viaţă nesănătos, în timp ce trei sau patru indică un comportament sănătos. Pfizer, cea mai mare companie de cercetare pe nişa farmaceutică, a investit în aplicaţie în urmă cu câţiva ani. Înainte să înceapă programul, 35% din forţa de muncă a companiei obţinuse zero puncte sau cel mult unul la chestionar – după încheierea programului procentul acestora scăzuse la 17%. În acelaşi timp, răspunsurile sănătoase (trei sau patru puncte) au crescut de la 40% la 68%.

Keas vrea să aibă o afacere profitabilă. Directorii unor companii ca Pfizer plătesc o taxă pentru a folosi programul, iar în schimb angajaţii lor devin mai sănătoşi, mai productivi, mai puţin predispuşi să lipsească de la muncă din cauza unor probleme de sănătate şi să consume din bugetul companiei dedicat serviciilor de sănătate. Aplicaţii similare dau rezultate la fel de bune şi în contexte non-profit. O aplicaţie numită Health Lab îmbunătăţeşte starea de sănătate a copiilor din comunităţi cu venituri mici, iar guvernul american a luat în calcul folosirea jocurilor pentru a susţine comportamente sănătoase în rândul copiilor din întreaga ţară.

În toamna lui 2009, o şcoală nouă îşi deschidea porţile în New York. Quest to Learn (Q$_2$L) a primit în primul an 76 de elevi de clasa a şasea şi apoi a adăugat

câte o promoţie la începutul fiecărui an. Q2I se născuse din efortul mai multor organizaţii care şi-au pus minţile la contribuţie pentru a crea un nou model de educaţie.1[33]6 Cei implicaţi considerau că vechiul model era departe de a fi perfect. De secole întregi, şcolile se luptau cu puşti care erau distraşi, nemotivaţi şi adesea nefericiţi la ore. Şcolile păreau să fie neplăcute din construcţie: o combinaţie de învăţare mecanică şi instruire prin forţă brută. Distracţia era secundară, asta dacă se gândea cineva la ea, aşa că cei mai mulţi copii vedeau şcoala ca pe o corvoadă.

Q2L este altfel. La fel ca DDB pentru campania demarată pentru Volkswagen, şcoala se baza pe distracţie. Dacă puştilor le plăcea la şcoală, cu siguranţă urmau să devină mai fericiţi şi mai implicaţi. Fondatorii şcolii au decis că cea mai bună cale de a introduce în ecuaţie distracţia era să transforme experienţa de învăţare prin joc. S-ar părea că învăţarea e numai bună pentru a fi transformată în joc. Fiecare modul nou de informaţii poate fi structurat ca un joc care începe de la zero cunoştinţe şi se încheie la înţelegere deplină. Q2L foloseşte aceeaşi structură de tip joc pentru fiecare modul de învăţare mai mare sau *misiune*: elevii duc la capăt o serie de *sarcini* mai mici pe parcursul misiunii (să zicem, zece săptămâni) şi apoi termină cu un *nivel final special* care îi face să pună în aplicare ceea ce au învăţat într-un context nou. Conceptul de nivel final special, aşa-numitul *boss level*, se bazează pe teoria clasică a jocurilor: jucătorii îşi antrenează aptitudinile prin victorii împotriva unor adversari mai accesibili înainte să înfrunte un *boss* formidabil. Acesta are rolul unui reper – un semnal că jucătorul şi-a încheiat cu succes misiunea şi că poate să meargă mai departe, la următoarea.

Într-una dintre misiuni, „Dr. Smaliz”, elevii de clasa a

33 Limfocite (n.r.).

şasea sau a şaptea învaţă despre corpul uman. Dr. Smaliz s-a micşorat pe sine pentru a salva un pacient în suferinţă, dar iată că acum suferă de amnezie. Misiunea durează treisprezece săptămâni, iar pe parcursul celor şapte sarcini elevilor li se stabilesc mai multe obiective: să îl ajute pe Dr. Smaliz să îşi dea seama unde se află în corpul pacientului, să i se amintească ce face fiecare organ şi sistem, să îl ajute să rezolve misterul medical din spatele bolii pacientului şi, în baza a ceea ce au învăţat despre anatomie, să îl ajute să găsească o modalitate prin care să iasă din corpul pacientului. Până la sfârşitul misiunii, elevii vor fi învăţat aceleaşi date ştiinţifice pe care le predau alte şcoli, doar că pentru ei procesul este un joc. De exemplu, una dintre activităţi este să construiască o celulă din piese de puzzle. Pe măsură ce studiază informaţii despre fiecare structură din interiorul celulei, aceştia câştigă o piesă din puzzle şi aşa se apropie de finalizarea activităţii. Într-o alta învaţă despre sistemul imunitar printr-un joc numit Atacul viruşilor. Jocul, conceput de Institutul de jocuri, le cere să omoare un virus prin formarea de leucocite, anticorpi şi celule T\ Elevii câştigă recompense şi îşi urmăresc progresul exact la fel cum ar putea să o facă dacă ar juca ceva în afara clasei”.

O unitate pentru clasa a şaptea îi învaţă pe elevi despre Revoluţia americană. Misiunea lor este să medieze o neînţelegere între câteva fantome la muzeul de istorie. Fiecare fantomă reprezintă un personaj revoluţionar diferit: un loialist, un patriot, un proprietar de teren, un comerciant şi un sclav. Aceştia se contrazic pe tema întâmplărilor din timpul Revoluţiei, iar elevii trebuie să adune cât de multe informaţii pot pentru a le împiedica pe fantomele certăreţe să distrugă întreaga colecţie a muzeului. Elevii învaţă despre Revoluţia americană, dar învaţă şi că adevărul este complex; că părţi diferite ar putea să privească diferit acelaşi eveniment şi cum pot să

rezolve acele conflicte.

Abordarea celor de la Q2L pare să dea rezultate. Echipa de matematică a şcolii a obţinut primul loc la Olimpiada de matematică a oraşului New York în trei ani consecutivi, iar elevii de aici obţin la testările standardizate note cu aproximativ 50% mai mari decât şcolile obişnuite din oraşul New York. Conform unei statistici, elevii cresc din punct de vedere intelectual între clasa a opta şi a zecea la fel de mult pe cât creşte studentul obişnuit pe parcursul tuturor celor patru ani de facultate. Elevii şi profesorii lor sunt, de asemenea, mai implicaţi: media prezenţei în rândul elevilor este la un nivel impresionant de 94%, iar şcoala a reuşit să păstreze 90% dintre profesori.

Educaţia transformată în joc pare a fi o abordare care să li se pară atrăgătoare mai mult copiilor, dar dă rezultate şi în rândul tinerilor adulţi. În 2011, Şcoala de media şi jocuri interactive din cadrul Şcolii de tehnologie Rochester a lansat un program botezat Just Press Play. Programul îi motivează pe studenţi prin introducererea unor sarcini voluntare. Fiecare profesor introduce aceste sarcini, iar studenţii au opţiunea de a se implica în rezolvarea lor sau de a le ignora. Multe dintre sarcini sunt concepute mai degrabă pentru toată lumea, în loc să fie gândite pentru unul sau doi studenţi. De exemplu, misiunea „Undying” promite să le dea tuturor studenţilor o recompensă, dacă 90% dintre boboci iau notă de trecere la cursul introductiv, acesta fiind celebru pentru gradul mare de dificultate. Istoric vorbind, procentul de promovare era mai mic de 90%, dar programul a fost atât de tentant, încât în timpul desfăşurării cursului s-au prezentat în laboratorul cu calculatoare mai mulţi studenţi din anii mai mari pentru a-i ajuta pe boboci să se pregătească. Cei mai mari nu erau eligibili să beneficieze de potenţială recompensă, dar au fost atât de impresionaţi, încât au

simţit nevoia să se implice. În acel an bobocii au promovat într-o proporţie fără precedent, iar colegii lor mai mari s-au oferit să ajute şi în următorul an. Aceasta este trăsătura definitorie a unui joc de succes: oamenii sunt motivaţi intrinsec, inclusiv atunci când nu pot primi recompense externe. Misiunea mea preferată este promovată de însuşi profesorul Andy Phelps, unul dintre fondatorii programului. Misiunea lui Phelps se numeşte „O plimbare prin Mordor" şi este botezată după o regiune întunecată şi periculoasă din seria *Stăpânul inelelor* a lui J.R.R. Tolkien. „Găsiţi biroul meu din adâncimile lui Mordor, în timp ce e deschisă Poarta Neagră", spune Phelps. „Luaţi carnetul. Simţiţi-vă liberi să intraţi în vorbă…" Studenţii nici nu-şi dau seama că învaţă atunci când se întâlnesc cu profesorul – în ceea ce îi priveşte, ei doar termină încă o misiune.

Începând cu sarcina lui Andy Phelps şi până la misiunile Q_2L, transformarea în joc este menită să crească productivitatea acolo unde oamenii ar prefera să fie leneşi. Lenea este reacţia implicită a oamenilor în multe contexte. Psihologii sociali Susan Fiske şi Shelley Taylor îi descriu pe oameni ca fiind avari cognitivi, sugerând faptul că oamenii evită să gândească la fel cum evită un zgârcit să cheltuie. Într-adevăr, oamenii preferă să gândească numai atât de mult cât este necesar pentru a ajunge la o concluzie acceptabilă şi atât. Zgârcenia are sens din punct de vedere evoluţionar, pentru că gândirea este costisitoare. Îl opreşte pe animal din acţiune, ceea ce îl lasă vulnerabil în faţa prădătorilor şi mai puţin pregătit să profite de oportunităţi limitate. Acesta este motivul pentru care ne bazăm atât de mult pe scurtături cognitive, stereotipuri şi reguli de bun-simţ care să ne permită să înţelegem o lume complexă cât mai repede posibil.

Această lene explică de ce munca este deghizată într-un joc. Salariile (*puncte*) cresc odată cu experienţa (*niveluri*), ceea ce duce la promovări şi titluri noi (*insigne*).

Diferenţa dintre cele mai multe locuri de muncă şi jocurile autentice este că oamenii nu merg la serviciu pentru că sunt motivaţi intrinsec de joc; în schimb, jocul este modalitatea prin care angajatorul împarte recompensa extrinsecă a banilor, prestigiului şi a laudelor. Aşa cum a explicat Nick Pelling atunci când a consacrat termenul, ai să ştii că ai în faţă aşa-numita gamificare atunci când plăcerea de a juca jocul se transformă în recompensă. În anumite contexte, transformarea în joc poate fi periculoasă. Dependenţii de activitate fizică tind să se concentreze pe jocul cu antrenamente în fiecare zi sau cu acumularea unui anumit număr de paşi ori kilometri. Uită că mişcarea este menită în primul rând să-i facă mai sănătoşi, ajungând să aibă răni de uzură în calea spre atingerea unor obiective de fitness aleatorii.

Mai departe de dispozitivele personale pentru fitness, unele companii îşi transformă spaţiile de lucru în parametri de joc pentru a-şi motiva angajaţii. În anul 2000, patru antreprenori au pus bazele unui dispecerat la distanţă numit Live Ops. Live Ops recrutează mai mult de 20.000 de americani obişnuiţi pentru telemarketing şi, mai recent, pentru a coordona platformele de reţele sociale ale organizaţiilor mari, începând cu Pizza Hut şi până la Electronic Arts. Compania verifică agenţii înainte să îi primească în echipă, dar odată ce sunt acceptaţi pot să lucreze oricât de mult sau de puţin vor, în calupuri de câte 30 de minute. Agenţii nu au nevoie decât de un telefon fix, un calculator, o conexiune de mare viteză la internet şi o pereche de căşti cu fir. Unele companii care folosesc Live Ops plătesc la minut – de exemplu, 25 de cenţi pentru fiecare minut petrecut la telefon în timp ce altele plătesc la numărul de apeluri sau la vânzări. Live Ops este tentant pentru cei fără program fix – angajaţi cu jumătate de normă, părinţi care au rămas acasă cu copiii sau indivizi prinşi între două locuri de muncă.

Flexibilitatea companiei este un punct forte, dar angajaţii dispeceratelor fără program fix tind să se simtă tot mai puţin motivaţi. Pentru a combate acest efect, Live Ops a lansat un panou de bord ca un joc. Panoul fiecărui angajat include un segment de progres care afişează procentul de apeluri care generează vânzări, trofee şi insigne pentru atingerea anumitor praguri, precum şi provocările în care aceştia s-au implicat şi le-au cucerit cu succes. Un panou de scor cu cei mai buni oameni de vânzări este transmis peste tot în companie. Conform Live Ops, aceste elemente de joc au dus la o creştere de 10% a evaluărilor serviciului şi au scăzut cu 15% timpul de aşteptare al clienţilor. Au crescut ratele de conversie ale vânzărilor şi angajaţii au spus că se simt mai bine pentru că lucrează în această companie.

Alte organizaţii au crescut prin introducerea de recompense în sistem de joc. După ce a observat o femeie de 93 de ani care se chinuia să îşi tundă gazonul în Huntsville, Alabama, Rodney Smith Jr. a pus bazele unei organizaţii cu numele de Raising Men Lawn care.1 Raising Men găseşte băieţi tineri, dintre care mulţi proveniţi din medii sărace, care să tundă gratuit gazonul. (Organizaţia este finanţată de oameni binevoitori prin pagina proprie de pe golfund Me.) Băieţii sunt motivaţi de faptul că fac un lucru bun, dar în acelaşi timp sunt motivaţi şi de un sistem de insigne care împrumută elemente de la artele marţiale. Aşa cum explică pagina de Facebook a companiei, sistemul de ierarhie a culorilor este „similar cu ceea ce se face în artele marţiale... puştii vor începe programul cu un tricou alb. Apoi, după ce se ocupă de zece peluze, vor primi un tricou portocaliu, după 20 – unul verde, la 30 – unul albastru, 40 le aduce tricoul roşu, iar de la 50 încolo obţin tricoul negru”. Succesul organizaţiei Raising Men a dus la apariţia de noi filiale pe tot teritoriul ţării, o comunitate online în creştere care îi urmăreşte activitatea şi zeci de

mii de dolari pentru finanţare.

Transformarea în joc nu ajută prea mult atunci când o experienţă este deja distractivă; cele mai bune rezultate se obţin atunci când experienţa este plictisitoare. Pregătirea la locul de muncă s-ar putea să fie cea mai cunoscută parte plictisitoare a muncii. În acelaşi timp, instructajul este extrem de important, pentru că angajaţii prost instruiţi sunt mai puţin productivi şi mai puţin în siguranţă. Din ce în ce mai multe companii încep să îşi pregătească angajaţii prin jocuri. De exemplu, Hotelul Hilton Garden Inn a angajat biroul de design de jocuri Virtual Heroes pentru a proiecta un hotel virtual de pregătire. Jocul îi pune pe membrii echipei într-o versiune tridimensională, virtuală, a Hotelului Hilton Garden Inn, iar acolo îşi servesc clienţii într-un interval de timp bine delimitat. Ei primesc note pentru viteză şi adecvare, care se vor transforma în punctaje SALT (Satisfaction and Loyalty Tracking). Hotelurile îşi evaluează angajaţii cu punctaje SALT în lumea reală, aşa că mediul virtual din joc este o simulare excelentă. După succesul Hilton, Virtual Heroes a adunat în portofoliu o mulţime de corporaţii de anvergură, inclusiv Armata Statelor Unite, canalul Discovery, Departamentul de Securitate Internă, British Petroleum şi Genetech.

Aceste jocuri nu sunt doar distractive; sunt şi interactive şi îmbunătăţesc rezultatele la locul de muncă şi retenţia. Traci Sitzmann, profesor de management la Universitatea din Colorado, analizează rolul jocurilor în programele de instructaj desfăşurate la locul de muncă. Într-un studiu de sinteză aceasta a evaluat rezultatele obţinute în 65 de studii care comparau programe de pregătire bazate pe jocuri cu altele offline. Pentru aproape şapte mii de angajaţi în pregătire aceasta a descoperit că instructajul bazat pe jocuri a fost cu mult mai eficient decât cel offline: cei care au beneficiat de primul au avut o

rată de retenţie cu 9% mai mare, şi-au amintit cu 11% mai multe lucruri şi au obţinut punctaje cu 14% mai mari la teste de cunoştinţe despre abilităţi. De asemenea, cei din această categorie s-au simţit cu 20% mai încrezători şi capabili după ce au jucat jocurile, din moment ce se bazau pe experienţă activă şi directă, nu doar pe instructaj pasiv.

Aceleaşi proprietăţi care fac pregătirea interactivă şi digerabilă pot fi canalizate şi pentru a obţine beneficii medicale.18 în 1996, o echipă de cercetători de la Universitatea Washington din Seattle a primit o bursă guvernamentală pentru a analiza efectele jocurilor de tip realitate virtuală asupra toleranţei la durere. Pacienţii cu arsuri simt obligaţi să îndure în fiecare zi dureri îngrozitoare, de fiecare dată când li se curăţă rănile şi li se schimbă pansamentele. Într-un studiu, 86% dintre pacienţii cu arsuri şi-au descris nivelul de durere ca fiind „insuportabil”, iar asta *după* ce primiseră morfină pentru a trata durerea.

Unii dintre pacienţii laboratorului au reacţionat bine la hipnoză, aşa că cercetătorii au conceput un joc bazat pe realitate virtuală pe care l-au numit Snow World. Ceva ca Snow World care să îi distragă este esenţial, pentru că o mare parte a durerii resimţite se naşte din anticipare. Aşa cum explică pe site-ul lor cercetătorii:

Găsiţi în continuare raţionamentul care ne face să credem că realitatea virtuală va ameliora durerea. Percepţia asupra durerii are o componentă psihologică importantă. Acelaşi semnal dureros recepţionat poate fi interpretat ca fiind dureros sau nu, în funcţie de ceea ce crede pacientul. Durerea are nevoie de atenţie conştientă. Esenţa realităţii virtuale este iluzia pe care o trăiesc utilizatorii în timp ce intră în mediul generat de calculator. Să fii atras într-o altă lume solicită multă atenţie, lăsând mai puţină atenţie disponibilă pentru a procesa stimuli de durere. Atenţia conştientă este ca un reflector.

De obicei este concentrată pe durere şi pe tratamentul rănii. Noi atragem acel reflector spre lumea virtuală. În loc să fie durerea centrul atenţiei, pentru mulţi pacienţi prinşi în realitatea virtuală îngrijirea rănii devine mai degrabă ceva enervant, care îi distrage de la scopul lor principal de a explora lumea virtuală.

Snow World este un joc de aventură la persoana I care se desfăşoară în realitatea virtuală. Jucătorul aruncă bulgări de zăpadă spre pinguini, mastodonţi şi oameni de zăpadă, în timp ce ascultă cântece vesele interpretate de Paul Simon. Experienţa este captivantă şi unii pacienţi cu arsuri descriu parcurgerea jocului ca fiind „distractivă” – foarte departe de eticheta de „insuportabil” pe care o asociaseră procesului de schimbare a pansamentului înainte să joace Snow World. Când s-au uitat la activitatea cerebrală, cercetătorii au descoperit că regiunile care procesează durerea erau mai puţin active atunci când pacienţii jucau Snow World decât atunci când se bazau doar pe morfină. Acelaşi proces dă rezultate şi pentru alte experienţe dureroase – cercetătorii au demonstrat că diminuează durerile de dinţi, atât la copii, cât şi la adulţi, respectiv că atenuează traumele psihiatrice ale supravieţuitorilor atacurilor de la World Trade Center de pe n septembrie 2001.

Deşi Tetris, despre care am vorbit în Capitolul 7, dă o dependenţă teribilă, acesta are şi unele dintre proprietăţile terapeutice ale lui Snow World. Multe persoane care sunt martore la decese, accidentări sau ameninţări exercitate asupra altora suferă de traume persistente. Revăd cu ochii minţii, iar şi iar, în buclă, episoadele la care au fost expuse, uneori pentru tot restul vieţilor lor. Terapeuţii au instrumente pentru a trata tulburările de stres posttraumatic (PTSD), dar acestea nu sunt foarte eficiente imediat după evenimentul traumatizant. Abordarea terapeutică obişnuită nu ajută prea mult în primele

săptămâni, aşa că supravieţuitorii trebuie să aştepte, de regulă, pentru a primi tratament. Acest aspect li s-a părut ciudat unor psihiatri de la Universitatea Oxford: de ce să aştepţi ca amintirile să se cristalizeze înainte de a începe tratamentul?

În 2009, echipa condusă de Emily Holmes a testat o nouă metodă de intervenţie pentru stresul posttraumatic. Membrii echipei au cerut unui grup de adulţi să urmărească un filmuleţ de douăsprezece minute care conţinea „unsprezece secvenţe cu conţinut traumatizant, inclusiv unele reale şi explicite, cu intervenţii chirurgicale, accidente rutiere fatale şi înec”. Aceasta era simularea traumei pentru ei, iar participanţii care au participat la studiu au fost cu adevărat traumatizaţi, înaintea intervenţiei au raportat că se simţeau calmi şi relaxaţi; după vizionare erau supăraţi şi agitaţi. Holmes şi echipa i-au obligat pe adulţi să aştepte 30 de minute – o simulare a aşteptării de o jumătate de oră prin care ar putea să treacă cineva înainte de a fi consultat la camera de gardă. Apoi jumătate dintre participanţi au jucat Tetris zece minute, în timp ce restul au stat în linişte.

Adulţii s-au întors acasă pentru o săptămână şi şi-au notat gândurile într-un jurnal zilnic. O dată pe zi îşi aminteau scenele din filmuleţ care li se tot derulau în minte. Unii vedeau maşini ciocnindu-se, iar alţii îşi aminteau scene înfricoşătoare din timpul intervenţiilor chirurgicale. Dar amintirile i-au afectat pe unii mai mult decât pe alţii. Cei care au stat în linişte după vizionarea filmuleţului îngrozitor au retrăit, în medie, de şase ori pe săptămână scenele de impact; cei care jucaseră Tetris au avut o medie mai mică de trei. Tetris, cu toate culorile lui şi cu muzica şi piesele în mişcare au făcut ca amintirile traumatizante iniţiale să nu prindă rădăcini. Jocul le-a consumat atenţia care altfel ar fi putut să se concentreze asupra amintirilor înfricoşătoare şi să le transfere în

memoria de durată, aşa că amintirile lor s-au păstrat imperfect sau deloc. La sfârşitul săptămânii adulţii s-au întors în laborator, iar cei care fuseseră într-atât de norocoşi încât să joace Tetris au raportat mai puţine simptome psihiatrice. Cercetătorii au explicat că jocul funcţionase ca un „vaccin cognitiv”. Deşi filmuleţul îi traumatizase pe termen scurt, jocul de Tetris a prevenit trauma pe termen lung.

Conceptul de gamificare este amplu lăudat, dar este şi contestat. În 2013, o echipă numeroasă de cercetători a publicat o lucrare despre jocuri în publicaţia *Mature*, unul dintre jurnalele ştiinţifice de cea mai bună calitate. Lucrarea aclama un joc numit Neuro Racer, care le cerea jucătorilor să conducă o maşină în timp ce apăsau pe butoane pentru a răspunde la solicitările care le apăreau pe ecran. Cercetătorii au susţinut că această formă de gestionare concomitentă a mai multor sarcini era profund terapeutică pentru adulţii mai în vârstă. În loc să intre în declin, funcţiile cognitive le-ar rămâne în stare bună de funcţionare, dacă ar juca Neuro Racer câte o oră, de trei ori pe săptămână. Nu ar fi un cost prea mare pentru a obţine amânarea declinului mintal. Autorii au cerut unui număr de aproape 200 de adulţi să joace timp de o lună acel joc şi apoi le-au măsurat performanţele cognitive de-a lungul a şase luni. Comparativ cu adulţii mai în vârstă care nu jucaseră deloc sau care jucaseră o versiune mai simplă a jocului, cei care jucaseră versiunea cu mai multe sarcini concomitente s-au descurcat mai bine la o serie amplă de teste cognitive.

După apariţia acestei cercetări au apărut câteva companii specializate în software menit să antreneze creierul. Au avut încasări de miliarde de dolari şi au promovat ideea că jocurile care includ mai multe sarcini concomitente ar facilita mai multe funcţii cognitive. Însă dovezile erau puţine. Unii cercetători au ajuns la aceleaşi

rezultate ca cele publicate în *Nature*, dar alţii au susţinut că antrenarea creierului îmbunătăţea performanţele doar la nivelul unor jocuri nesemnificative; nu putea cu adevărat să le facă oamenilor vieţile mai bune pe termen lung, la distanţă de ani şi decenii faţă de experimentul original. În 2014, 75 de oameni de ştiinţă au semnat o declaraţie care concluziona că „până la acest moment nu există dovezi ştiinţifice convingătoare" în sprijinul ideii că jocurile pentru minte pot preîntâmpina declinul cognitiv. Comisia federală pentru comerţ părea să fie de acord. În ianuarie 2016, Federal Trade Commission (FTC) a amendat cu două milioane de dolari Lumos Labs, una dintre companiile cele mai mari şi care avuseseră cel mai mare succes pe nişa antrenamentului cognitiv. Conform celor de la FTC, Lumos se făcea vinovată de „publicitate înşelătoare" pentru software-ul său. Era posibil ca jocurile făcute de Lumos să ţină la distanţă deteriorarea cognitivă, dar nu existau suficiente dovezi şi Lumos se lăudase prea mult.

Chiar dacă dă rezultate, unii critici cred că tehnica gamificării ar trebui abandonată. Ian Bogost, creator de jocuri la Georgia Tech, infirmă această ipoteză. În 2011 a susţinut o prezentare la un simpozion pe tema gamificării la Wharton. El şi-a intitulat prelegerea „Gamification Is Bullshit". Bogost a sugerat că acest concept „a fost inventat de consultanţi ca metodă de a captura bestia sălbatică şi râvnită a jocurilor video şi de a o domestici". Bogost a criticat-o pe motiv că submina bunăstarea „jucătorului". În cel mai bun caz era indiferentă faţă de bunăstarea lui, făcând presiuni pentru scopuri ascunse pe care el nu prea avea de ales decât să le urmeze. Atât de mare este puterea designului de jocuri: un joc bine proiectat alimentează dependenţa comportamentală.

Bogost a demonstrat puterea tacticii de transformare a experienţelor în jocuri cu ajutorul lui Cow Clicker, un joc

dintr-o reţea socială.1[3435]? Acesta a proiectat Cow Clicker în aşa fel încât să imite jocuri similare, cum ar fi Farmville, care dominaseră multe luni spaţiul Facebook. Obiectivul jocului era simplu: apasă pe vacă în timpul perioadelor critice şi vei câştiga o valută virtuală cunoscută sub numele de *mooney*". Cow Clicker trebuia să fie o satiră faţă de gamificare, dar a avut un succes uriaş. Zeci de mii de utilizatori au descărcat jocul şi, în loc să îl joace o dată sau de două ori, au jucat zile în şir. La un moment dat, un profesor de IT se afla în vârful clasamentului cu o mie de mooney. Bogost a actualizat jocul cu elemente noi, a adăugat premii pentru atingerea anumitor praguri (cum ar fi Talanga de aur pentru 100 ooo de clicuri) şi a introdus o vacă acoperită cu petrol pentru a comemora deversarea provocată de BP. A susţinut că succesul jocului Cow Clicker a fost o surpriză, dar în realitate avea multe dintre trăsăturile care făcuseră ca alte jocuri să dea dependenţă: punctele, insignele şi nivelurile lui Werbach şi Hunter.

La un anumit nivel, Cow Clicker este distracţie nevinovată. Dar Bogost subliniază un aspect important atunci când spune că nu totul ar trebui să fie un joc. Luaţi drept exemplu cazul unui copil mic care preferă să nu mănânce. O variantă este transformarea mâncatului în joc – să pilotăm mâncarea în gura lui ca pe un avion. Poate că asta pare o idee bună acum, dar pe termen lung copilul percepe mâncarea ca fiind un joc. Preia proprietăţile jocurilor: trebuie să fie distractiv, interactiv şi interesant sau nu merită să fie făcut. În loc să îşi dezvolte motivaţia de a mânca pentru că mâncarea este fortifiantă şi hrănitoare, copilul învaţă că mâncatul e un joc.

Adevărul este că probabil nici nu contează prea mult

---

34 „Gamificarea este un rahat", din limba engleză, în traducere liberă (n.r.).

35 Joc de cuvinte între money („bani") şi moo („mugetul vacii"), poate un fel de muunede (n.t.).

dacă cel mic se gândeşte la mâncat ca la un joc sau nu. El va învăţa în curând scopul mâncării. Dar la fel cum şi-a înlocuit adevărata motivaţie pentru mâncare cu distracţia, la fel se pot vulgariza şi alte experienţe. Treptele-pian de la Odenplan sunt foarte distractive, dar nu promovează cu adevărat un comportament sănătos pe termen lung. În schimb, s-ar putea să îl submineze, sugerând că activitatea fizică ar trebui să fie mai ales distractivă în loc să fie menită să susţină sănătatea şi bunăstarea. Intervenţiile drăgălaşe care se folosesc de transformarea experienţelor în joc sunt fermecătoare, dar este puţin probabil să schimbe felul în care vor aborda oamenii activitatea fizică în ziua următoare, în săptămâna următoare sau în următorul an.

De fapt, distracţia din jocul sugerat s-ar putea să se suprapună peste motivaţii importante, prin schimbarea felului în care oamenii percep cu totul experienţa. La sfârşitul anilor 1990 economiştii Un Gneezy şi Aldo Rustichini au încercat să îi descurajeze pe părinţi să mai întârzie atunci când veneau să îşi ia copiii de la trei grădiniţe israeliene. Abordarea economică raţională este să îi pedepseşti pe oameni atunci când fac ceva greşit, aşa că unele dintre grădiniţe au început să îi amendeze pe părinţii care întârziau. La sfârşitul fiecărei luni facturile pe care le primeau de la grădiniţe conţineau şi aceste amenzi – o încercare de a-i dezvăţa să mai întârzie în următoarea lună. De fapt, amenzile au avut efectul contrar. Părinţii amendaţi au întârziat *mai mult* decât cei care nu au fost amendaţi. Gneezy şi Rustichini au explicat că amenzile s-au suprapus peste motivaţia de a face ceea ce trebuie. Părinţii se simţeau prost când ajungeau târziu – asta până când întârzierea a început să fie o problemă de bani. Apoi, în loc să se simtă prost, priveau întârzierea ca pe o decizie financiară. Motivaţia intrinsecă de a face bine – de a veni la timp – a fost eliminată de motivul extrinsec de a întârzia

în schimbul unui preţ corect. Acelaşi lucru este valabil şi pentru conceptul de gamificare: oamenii se gândesc la experienţă în mod diferit imediat ce adoptă semnalele reprezentative pentru distracţie. Acum activitatea fizică nu are legătură cu a fi sănătos; este despre distracţie. Şi, imediat ce dispare distracţia, se opresc şi antrenamentele.

Transformarea experienţelor în jocuri este un instrument puternic şi, la fel ca toate instrumentele puternice, vine la pachet cu efecte amestecate. Pe de o parte imprimă un grad de bucurie experienţelor plictisitoare sau neplăcute. Le oferă pacienţilor un refugiu de la durere, îi scapă de plictiseală pe elevi, le dă jucătorilor îndârjiţi o scuză pentru a face donaţii caritabile. Fenomenul cunoscut sub numele de gamificare are valoare fie şi numai prin creşterea numărului de rezultate pozitive din lume. Este o alternativă care merită luată în calcul pentru servicii medicale tradiţionale, educaţie şi opere de binefacere, pentru că, în multe privinţe, aceste abordări sunt surde în faţa elementelor care susţin motivaţia umană. Însă şi Ian Bogost a fost suficient de înţelept să atragă atenţia asupra pericolelor. Jocuri ca Farm Viile şi Hollywood al lui Kim Kardashian simt făcute să exploateze motivaţia umană pentru câştiguri financiare. Acestea întorc mecanismele jocului împotriva jucătorului, cel din urmă devenind captiv în plasa irezistibilă a jocului. Dar, aşa cum am menţionat de la început în această carte, tehnologia nu este inerent bună sau rea. Acelaşi lucru este valabil şi pentru conceptul de gamificare. Dezbrăcat de popularitate şi numele care te prinde, esenţa conceptului este pur şi simplu o modalitate eficientă de proiectare a experienţelor. Jocurile doar se întâmplă să facă o treabă excelentă atunci când vine vorba despre atenuarea durerii, înlocuirea plictiselii cu bucurie şi contopirea distracţiei cu generozitate.

Epilog

Jumătate din lumea dezvoltată este dependentă de ceva şi, pentru cei mai mulţi dintre oameni, acel ceva este un comportament. Suntem dependenţi de telefoanele noastre, de e-mail, jocuri video, TV, muncă, shopping, mişcare şi o lungă listă de alte experienţe care există datorită creşterii tehnologice rapide şi a designului de produse sofisticat. Puţine dintre aceste experienţe existau în anul 2000, iar până în 2030 ne vom lupta cu o nouă listă care abia dacă se va suprapune cu actualul meniu. Ceea ce ştim este că numărul de experienţe acaparatoare şi generatoare de dependenţă este în creştere, într-un ritm accelerat, aşa că trebuie să înţelegem cum, de ce şi când încep oamenii să dezvolte şi apoi să scape de aceste dependenţe comportamentale. La capătul spiritual al spectrului, sănătatea, fericirea şi bunăstarea noastră depind de asta – şi aici, pe pământ, acelaşi lucru este valabil despre capacitatea de a ne privi în ochi pentru a stabili conexiuni emoţionale autentice.

Când privesc în trecut, adulţii tind să spună că multe s-au schimbat. Lucrurile se mişcă mai repede decât se mişcau; vorbeam mai mult; vremurile erau mai simple cândva; şi tot aşa. În ciuda senzaţiei că lucrurile s-au schimbat, tindem şi să credem că nu se vor mai schimba – că noi şi vieţile pe care le trăim acum vor rămâne aşa pentru totdeauna. Aceasta este cunoscută ca iluzia *sfârşitului istoriei* şi se manifestă parţial pentru că este mult mai uşor să vedem schimbările autentice între acum zece ani şi prezent decât să ne imaginăm cât de diferite vor fi lucrurile peste zece ani. 16° într-un fel iluzia este reconfortantă, pentru că ne face să simţim că am terminat procesul de a deveni cine suntem şi că viaţa va rămâne pentru totdeauna la fel cum este acum. În acelaşi timp, ne împiedică să ne pregătim pentru schimbările care vor veni.

Acest aspect este sigur adevărat în cazul dependenţei de comportamente, care pare să fi atins apogeul. Cine şi-ar

fi imaginat în urmă cu un deceniu că Facebook va atrage 1, 5 miliarde de utilizatori, dintre care mulţi spun că şi-ar dori să petreacă mai puţin timp pe site? Sau că milioane de utilizatori de Instagram vor petrece ore întregi cu încărcarea şi aprecierea celor 60 de milioane de poze noi pe care aplicaţia le găzduieşte în fiecare zi? Sau că mai mult de 20 de milioane de oameni îşi vor număra şi monitoriza fiecare pas cu un mic dispozitiv prins la încheietura mâinii?

Acestea sunt statistici remarcabile, dar reprezintă un punct intermediar, aproape de începutul unui lung urcuş. Dependenţa comportamentală este încă în faşă şi există o probabilitate semnificativă să fim abia la primul refugiu de la poalele muntelui, cu mult sub creastă. Experienţele care ne implică pe deplin, cum ar fi dispozitivele de realitate virtuală, nici măcar nu au devenit accesibile maselor încă. Peste zece ani, când vom avea cu toţii o pereche de ochelari VR, ce ne va mai ţine conectaţi cu lumea reală? Dacă relaţiile umane au de suferit în faţa smartphone-urilor şi a tabletelor, cum vor rezista în faţa valului de experienţe care ne acaparează în realitatea virtuală? Facebook abia dacă a împlinit un deceniu şi Instagram, pe jumătate; în zece ani vor exista o mulţime de noi platforme care vor face ca Facebook şi Instagram să pară curiozităţi antice. S-ar putea să mai atragă încă mulţi utilizatori – merită să te lansezi devreme – dar poate că vor fi relicve din prima generaţie cu o fracţiune din puterea de acaparare a alternativelor de ultimă generaţie. Sigur că nu ştim exact cum va arăta lumea peste zece ani, dar uitându-ne la ultimul deceniu, nu există niciun motiv pentru care să credem că istoria s-a terminat aici şi că dependenţa comportamentală a ajuns la apogeu cu Facebook, Instagram, Fitbit şi World of Warcraft.

Aşadar, care este soluţia? Nu putem abandona tehnologia şi nici nu ar trebui. Unele progrese tehnologice

alimentează dependenţa comportamentală, dar în acelaşi timp sunt miraculoase şi ne îmbogăţesc vieţile. Şi nu trebuie să dea dependenţă dacă sunt atent proiectate. E posibil să creăm un produs sau o experienţă care să fie indispensabilă, dar să nu dea neapărat dependenţă. De exemplu, birourile se pot închide la ora şase – şi odată cu ele şi conturile de e-mail pot fi dezactivate între miezul nopţii şi ora cinci a dimineţii. Jocurile, asemenea cărţilor împărţite pe capitole, pot fi construite cu puncte de oprire fireşti. Platformele de reţele sociale pot fi „demetricate”, prin eliminarea feedbackului numeric care determină sublinierea comparaţiilor sociale dăunătoare şi stabilirea cronică de obiective. Copiilor le pot fi prezentate ecranele în ritm lent şi sub supraveghere, nu neapărat totul deodată. Atitudinea noastră faţă de experienţele care dau dependenţă este în mare parte culturală, iar dacă această cultură a noastră face loc pentru repaus fără muncă, fără jocuri, fără ecrane, va fi mai uşor pentru noi şi copiii noştri să rezistăm în faţa tentaţiei dependenţei comportamentale. În locul ei vom comunica direct unii cu ceilalţi, nu prin dispozitive, iar strălucirea acestor legături sociale ne va face mai bogaţi şi mai fericiţi decât ar putea vreodată să o facă strălucirea ecranelor.

Mulţumiri t

Cele mai calde mulţumiri echipelor de la Penguin Press, Inkwell Management şi Broadside PR. De la Penguin Press, mai ales înţeleptei şi răbdătoarei mele editoare, Ann Godoff, cea care a făcut ca *Irezistibil* să fie o carte cu mult mai puternică şi mai închegată decât aş fi reuşit eu să o fac vreodată de unul singur. Tot de la Penguin Press, mulţumiri lui Will Heyward, Juliana Kiyan, Sara Huston, Matt Boyd, Caitlin O’Shaughnessy şi Casey Rausch. La Inkwell, mulţumiri speciale merg către reprezentantul meu amabil şi perspicace, Richard Pine, cel care este tot ce ar trebui să fie un reprezentant: un om al ideilor, psiholog, un

guru al publicităţii şi un prieten. Tot de la Inkwell, le mulţumesc lui Eliza Rothstein şi lui Alexis Hurley. Iar la Broadside le mulţumesc lui Whitney Peeling şi întregii echipe Broadside.

Pentru că au citit variante anterioare ale lui *Irezistibil*, pentru că mi-au împărtăşit ideile lor şi pentru că mi-au răspuns cu răbdare la întrebări, le mulţumesc lui Nicole Airey, Dean Alter, Jenny Alter, Ian Alter, Sara Alter, Chloe Angyal, Gary Aston Jones, Nicole Avena, Jessica Barson, Kent Berridge, Michael Brough, Oliver Burkeman, Hilarie Cash, Ben Caunt, Rameet Chawla, John Disterhoft, Andy Doan, Natasha Dow Schiill, David Epstein, Bennett Foddy, Allen Frances, Claire Gillan, Malcolm Gladwell, David Goldhill, Adam Grant, Melanie Green, Mark Griffiths, Hal Hershfield, Jason Hirschel, Kevin Holesh, Margot Lacey, Frank Lantz, Andrew Lawrence, Tom Meyvis, Stanton Peele, Jeff Peretz, Ryan Petrie, Sam Polk, Cosette Rae, Aryeh Routtenberg, Adam Salisman, Katherine

Schreiber, Maneesh Sethi, Eesha Sharma, Leslie Sim, Anni Sternisko, Abby Sussman, Maia Szalavitz, Isaac Vaisberg, Carrie Wilkens, Bob Wurtz şi lui Kimberly Young.

La sfârşitul lui 2014 le-am descris premisa volumului *Irezistibil* studenţilor care urmau cursul meu de marketing de la Şcoala de afaceri Stern de la Universitatea New York. Le mulţumesc celor care m-au ajutat prin anecdotele şi exemplele de tehnologii care dau dependenţă pe care mi le-au trimis, mai ales lui Griffin Cariborg, Caterina Cestarelli, Gizem Ceylan, Arianna Chang, Jane Chyun, Sanhita Dutta Gupta, Elina Hur, Allega îngerson, Nishant Jain, Chakshu Madhok, Danielle Nir, Michelle See, Yash Seksaria, Yu Sheng, Jenna Steckel, Sonya Shah, Lindsay Stecklein, Anne-Sophie Svoboda, Madhumitha Venkataraman şi lui Amy Zhu.

Şi le mulţumesc, întotdeauna, soţiei mele, Sara; fiului

meu, Sam; părinţilor mei, Ian şi Jenny; lui Suzy şi Mike; şi fratelui meu Dean.

Note

PROLOG: NU TE DROGA NICIODATĂ CU MARFA TA

Î. John D. Sutter şi Doug Gross, „Apple Unveils the «Magical» iPad”, CNN, 28 ianuarie 2010, www.cnn.com/2010/ TECH/oi/27/apple. tablet/. Videoclipul evenimentului: Every Stevelobsvideo, „Steve Jobs Introduces Original iPad – Apple Special Event”, 30 decembrie 2013, www.youtube.com/ watch? v = KN-5 zmvjão.

2. Această secţiune cu opinii ale experţilor în tehnologie este preluată de la: Nick Bilton, „Steve Jobs Was a Low-Tech Parent”, *New York Times*, 11 septembrie 2014, www.nytimes.com/2014/ 09/11/fashion/steve-jobs-apple-was-a-low-tech-parent.html.

3. Aceste fragmente sunt din interviuri cu, printre alţii, designerii de jocuri Bennett Foddy şi Frank Lantz, expertele în dependenţa de activităţi fizice Leslie Sim şi Katherine Schreiber, respectiv cu fondatoarea clinicii reSTART pentru dependenţa de internet, Cosette Rae.

4. Aceste citate sunt din: Natasha Singer, „Can’t Put Down Your Device? That’s by Design”, *New York Times*, 5 decembrie 2015, www. nytimes.com/2015/12/06/technology/personaltech/ cant-put-down-your-device-thats-by-design.html.

5. Pentru mai multe informaţii despre cum alimentează dependenţa comportamentală viteza asistată de tehnologie, vedeţi: Art Markman, „How to Disrupt Your Brain’s Distraction Habit”, Inc.com, 25 mai 2016, www.inc.com/ art-markman/the-realreason-technology-destroys-yourattenţion-span-is-timing.html.

6. Pentru scopul acestei cărţi am adoptat propriile mele definiţii pentru dependenţa de comportamente, compulsiune şi obsesie, definiţii cu elemente din mai multe

surse. M-am bazat în mod special pe următorul manual, o lucrare academică accesibilă despre dependenţa comportamentală care adună capitole de la zeci de experţi: Kenneth Paul Rosenberg şi Laura Curtiss Feder, eds., *Behavioral Addictions*: *Criteria*, *Evidence*, *and Treatment* (Elsevier Academic Press: Londra, 2014). M-am mai bazat şi pe: Aviel Goodman, „Addiction: Definitions and Implications", *British Journal of Addiction* nr. 85 (1990): 1403 – 1408. Într-o anumită măsură am adoptat definiţiile din: American Psychiatric Association, *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders*, 5th ed. (American Psychiatric Publishing: Washington, DC, 2013). [DSM-5, Ediţia a cincea a *Manualului de diagnostic şi statistică a tulburărilor mintale* este disponibil şi în limba română la Editura medicală Callisto (n.t.)]

7. Aceşti psihologi clinicieni au fost de acord să vorbească, cu condiţia de a nu le divulga numele. Erau îngrijoraţi că pacienţii ar putea recunoaşte anecdotele pe care le-au împărtăşit anonim.

8. John Patrick Pullen, „I Finally Tried Virtual Reality and It Brought Me to Tears", *Time*, 8 ianuarie 2016, www.time.com/ 4172998/virtual-reality-oculus-rift-hte-vive-ces/.

CAPITOLUL 1: CUM AU LUAT AMPLOARE OBICEIURILE CARE DAU DEPENDENŢĂ

9. Site-ul aplicaţiei Moment: inthemoment. io/; blogul lui Holesh: inthemoment. io/blog. Printre alte articole despre Holesh şi aplicaţia lui se numără: Conor Dougherty, „Addicted to Your Phone? There's Help for That", *New York Times*, 11 iulie 2015, www.nytimes.com/2015/07/12/sunday-review/ addicted-to-your-phone-theres-help-for-that.html; Seth Fiegerman, „You've Been on Your Phone for 160 Minutes Today", Mashable, 14 august 2014, mashable.com/2014/ 08/19/mobile-addiction/; Sarah Pérez, „A New App Called

Moment Shows You How Addicted You Are to Your iPhone", Techerunch, 27 iunie 2014, techerunch.com/2014/06/27/a-new-app-called-moment-shows-you-how-addicted-you-are-to-your-iphone/; Jiaxi Lu, „This App Tells You How Much Time You Are Spending, or Wasting, on Your Smartphone", *Washington Post*, 21 august 2014, www.Washingtonpost.com/news/technology/wp/2014/08/21/thi s-app-tells-you-how-much-time-you-are-spending-or-wasting-on-your-smartphone/.

Printre cercetările pe acest subiect se numără: A.L.S. King şi alţii, „Nomophobia: Dependency on Virtual Environments or Social Phobia?", *Computers în Human Behaviors* 29, nr. 1 (ianuarie 2013): 140 – 144; A.L.S. King, A.M. Valera şi A.E. Nardi, „Nomophobia: The Mobile Phone în Panic Disorder with Agoraphobia: Reducing Phobias or Worsening of Dependence?", *Cognitive and Behavioral Neurology* 23, nr. 1 (2010): 52 – 54; James A. Roberts, Luc Honoré Petnji Yaya şi Chris Manolis, „The Invisible Addiction: Cell-Phone Activities and Addiction Among Male and Female Collège Students", *Journal of Behavioral Addictions* 3, nr. 4 (decembrie 2014): 254 – 265; Andrew Lepp, Jacob E. Barkley şi Aryn C. Karpiński, „The Relationship between Cell Phone Use, Academic Performance, Anxiety, and Satisfaction with Life în Collège Students", *Computers în Human Behavior* 31 (februarie 2014) 343 – 350; Shari P. Walsh, Katherine M. White, Ross McD. Young, „Needing to Connect: The effect of Self and Others on Young People's Involvement with Their Mobile Phones", *Australian Journal of Psychology* 62, nr. 4 (2010): 194 – 203.

11. Andrew K. Przybylski şi Netta Weinstein, „Can You Connect with Me Now? How the Presence of Mobile Communication Technology Influences Face-to-Face Conversation Quality", *Journal of Social and Personal Relationships* 30, nr. 3 (mai 2013): 237 – 246.

12. Colin Lecher, „Game Sci: What Is (Scientifically!) the Most Addictive Game Ever?”, *Popular Science*, 27 martie 2013, www.popsci.com/gadgets/article/2013 – 03/gamesci-what-scientifically-most-addictive-game-ever; Grupul de discuţii al WoWaholics Anonymous www.reddit.com/r/nowow/; Testul de dependenţă de WoW, www.helloquizzy.com/tests/ the-new-and-improved-world-of-warcraft-addicţion-test.

13. Ana Douglas, „Here Are the 10 Highest Grossing Video Games Ever”, *Business Insider*, 13 iunie 2012, www.businessinsider.com/here-are-the-top-io-highest-grossing-videogames-of-all-time-2012 – 6; Samit Sarkar, „Blizzard Reaches 100M Lifetime World of Warcraft Accounts”, Polygon, 28 ianuarie 2014, www.polygon.com/2014/1/28/5354856/ world-of-warcraft-ioom-accounts-lifetime.

14. Jeremy Reimer, „Doctor Claims 40 Percent of World of Warcraft Players Are Addicted”, *Ars Tehnica*, 9 august 2006, arstehnica.com/uncategorized/2006/08/7459/.

15. Informaţii despre reSTART: www.netaddicţionrecovery.com/.

16. Jérôme Kagan, „The Distribution of Attention in Infancy”, în *Perception and Its Disorders*, eds. D.A. Hamburg, K.H. Pribram şi A.J. Stunkard (Williams and Wilkins Company: Baltimore, MD, 1970), 214 – 237.

17. R.J. Vallerand şi alţii, „Les passions de Fame: On Obsessive and Harmonious Passion”, *Journal of Personality and Social Psychology* 83 (2003): *756 – 767*.

18. Mai multe dintre opiniile lui Allen Frances puteţi găsi în: Allen Frances, „Do We All Have Behavioral Addictions?”, *Huffington*

Post, 28 martie 2012, www.huffingtonpost.com/allen-frances/ behavioral-addiction b 1215967.html.

19. Steve Sussman, Nadra Lisha şi Mark D. Griffiths,

„Prevalence of the Addictions: A Problem of the Majority or the Minority?”, *Evaluation and the Health Professions* 34 (2011): 3 – 56.

20. Aceste statistici sunt luate din: Susan M. Snyder, Wen Li, Jennifer E. O’Brien şi Matthew O. Howard, „The effect of U.S. University Students Problematic Internet Use on Family Relationships: A Mixed-methods Investigation”, *Plos One*, 11 decembrie 2015, journals. plos.org/plosone/article? id = io. i37 i/ joumal. pone.0144005.

21. Testul integral îl puteţi găsi aici: netaddiction.com/ Internetaddicţion-test/.

22. Toate statisticile de aici pot fi găsite în Rosenberg şi Feder, *Behavioral Addictions*. Vedeţi şi: Aaron Smith, „U.S. Smartphone Use în 2015”, PewResearchlenter, 1 aprilie 2015, www.pewintemet. Org/2015/04/01/us-smartph One-use-in-2015/; Ericsson Consumer Lab, „TV and Media 2015: The empowered TV and Media Consumer’s Influence”, septembrie 2015.

23. Kelly Wallace, „Half of Teens Think They’re Addicted to their Smartphones”, CNN, 3 mai 2016, www.cnn.com/2016/05/03/ health/teens-cell-phone-addicţion-parentszindex.html.

24. Kleiner Perkins Caulfield & Byers, „Internet Trends Report 2016”, Slide Share, 26 mai 2015, www.slideshare. net/ kleinerperkins/ internet-trends-vi/ i4-i4 lnternet Usage Engagement Growth Solidn.

25. Microsoft Canada, Consumer Insights, *Attention Spans*, primăvara 2015, advertising. microsoft.com/en/WWD – ocs/ User/display/el/researchreport/31966/en/microsoft-atenţion-spans-research-report. pdf. Microsoft nu a putut concluziona cu certitudine că reţelele sociale compromit atenţia. De exemplu, exista posibilitatea ca genul de oameni care folosesc reţelele sociale să fie mai puţin atenţi

în general. Dar în contextul mai amplu al raportului, considerând şi celelalte rezultate, corelaţia a fost îngrijorătoare.

26. Etimologia cuvântului „addiction” [„dependenţă”]: *Oxford English Dictionary*, 1989, www.ocup.com; vedeţi şi: Mark Peters, „The Word We re Addicted To”, CNN, 23 martie 2010, www.cnn.com/2011/LIVING/03/23/addicted. to. addiction/.

27. Justin R. García şi alţii, „Associations Between Dopamine D4 Receptor Gene Variation with Both Infidelity and Sexual Promiscuity”, *Plos One*, 2010, journals. plos.org/plosone/ article? id = io. i37 i/journal. pone.0014162; vedeţi şi: B.P. Zietsch şi alţii, „Genetics and Environmental Influences on Risky Sexual Behaviour and Its Relationship with Personality”, *Behavioral Genetics* 40, nr. 1 (2010): 12 – 21; David Cesarini şi alţii, „Genetic Variation in Financial Decision-making”, *The Journal of Finance* 65, nr. 5 (octombrie 2010): 1725 – 1754; David Cesarini şi alţii, „Genetic Variation in Preferences for Giving and Risk Taking”, *Quarterly Journal of Economics* 124, nr. 2 (2009): 809 – 842; Songfa Zhong şi alţii, „The Heritability of Attitude Toward Economic Risk”, *Twin Research and Human Genetics* 12, nr. 1 (2009): 103 – 107.

28. Vedeţi, de exemplu, Tammy Saah, „The evolutionary Origins and Significance of Drug Addiction”, *Harm Reduction Journal* 2, nr. 8 (2005), harmreducţionjoumal. biomedcentral.com/articles/10.1186/1477 – 7517 – 2 – 8.

29. Istoria dependenţei din: Jonathan Wynne-Jones, „Stone Age Man Took Drugs, Say Scientists”, *Telegraph*, 19 octombrie 2008, www. telegraph.co.uk/news/newstopics/howaboutthat/ 3225729/Stone-Age-man-took-drugs-say-scientists.html; Marc-Antoine Crocq, „Historical and Cultural Aspects of Man’s Relationship with Addictive Drugs”, *Dialogues în*

clinical Neuroscience 9, nr. 4 (2007): 355 – 361; Tammy Saah, „The

Evolutionary Origins and Significance of Drug Addiction", *Harm Reduction Journal* 2, nr. 8 (2005) harmreducţionjournal. biomedcentral.com/articles/10.1186/1477 – 7517 – 2 – 8; Nguyen Xuän Hien, „Betel-Chewing în Vietnam: Its Past and Current Importance", *Anthropos* 101 (2006): 499 – 516; Hilary Whiteman, „Nothing to Smile About: Asia's Deadly Addiction to Betel Nuts", CNN, 5 noiembrie 2013, www.cnn.com/2013/ 11/04/world/asta/myanmar-betelnut-cancer.

30. David F. Musto, „America's First Cocaine Epidemic", *The Wilson Quarterly* 13, nr. 3 (vara 1989): 59 – 64; Curtis Marez, *Drug Wars*: *The Political Economy of Narcotics* (Minneapolis: University of Minnesota Press, 2004); Robert Christison, „Observations on the effects of the Leaves oferythroxylon Coca", *British Medical Journal* 1 (29 aprilie 1876): 527 – 531.

31. Un rezumat bun despre Freud şi „Über Coca": „Über Coca, by Sigmund Freud", scicurious, 28 mai 2008, scicurious. wordpress.cOm/2008/05/28/uber-cOca-bysigmund-freud/; Sigmund Freud, „Über Coca classics revisited", *Journal of Substance Abuse and Treatment* 1 (1984), 206 – 217; Howard Markel, *An Anatomy of Addiction*: *Sigmund Freud, William Halsted, and the Miracle Drug, Cocaine* (New York: Vintage 2012).

32. Despre Pemberton şi Coca-Cola: Bruce S. Schoenberg, „Coke's the One: The Centennial of the «Ideal Brain Tonic» That Became a Symbol of America", *Southern Medical Journal* 81, nr. 1 (1988): 69 – 74; M.M. King, „Dr. John S. Pemberton: Originator of Coca-Cola", *Pharmacy în History* 29, nr. 2 (1987): 85 – 89; Guy R. Hasegawa, „Pharmacy in the American Civil War", *American Journal of Health-System Pharmacy* 57, nr. 5 (2000): 457 – 489;

Richard Gardiner, „The Civil War Origin of Coca-Cola în Columbus, Georgia", *Muscogiana*: *Journal of the Muscogee Genealogical Society* 23 (2012): 21 – 24; Dominic Streatfeild, *Cocaine*: *An Unauthorized Biography* (Londra: Macmillan, 2003); Richard Davenport-Hines, *The Pursuit of Oblivion*: *A Global History of Narcotics* (New York: Norton, 2004).

33. Catherine Steiner-Adair, The Big Disconnect: Protecting Childhood and Family Relationships in the Digital Age (New York: Harper, 2013).

34. Chen Yu şi Linda B. Smith. „The Social Origins of Sustained Attention in One-year-old Human Infants", *Current Biology* 26, nr. 9 (9 mai 2016): 1235 – 1240.

35. Universitatea din Indiana, „Infant Attention Span Suffers When Parents Eyes Wander During Playtime: Eye-tracking Study First to Suggest Connection between Caregiver Focus and Key Cognitive Development Indicator în Infants", *Science Daily*, 28 aprilie 2016,www.sciencedaily.com/releases/ 20 i6/04/i60428 iăi954.htm.

36. Nancy Jo Sales, American Girls: Social Media and the Secret Lives of Teenagers (New York: Knopf, 2016).

37. Jessica Contrera. „13, Right Now", *Washington Post*, 25 mai 2016, www.Washingtonpost.com/sf/style/wp/2016/05/25/ 2016/05/25/13-right-now-this-is-what-its-like-to-grow-up-inthe-age-of-likes-lols-and-longing/.

38. Despre Dong Nguyen şi Flappy Bird: multe dintre informaţiile din această secţiune sunt luate de pe pagina iniţială de unde se putea descărca Flappy Bird şi care nu mai este disponibilă online. Printre alte referinţe se numără şi: John Boudreau şi Aaron Clark, „Flappy Bird Creator Dong Nguyen Offers Swing Copters Game", Bloomberg Technology, 22 august 2014, www.bl00 mberg.cOm/news/articles/2014 – 08 – 22/ flappy-bird-

creator-dong-nguyen-offers-swing-coptersgame; Laura Stampler, „Flappy Bird Creator Says «It's Gone Forever»", *Time*, 11 februarie 2014, http://time.com/6217/ flappy-bird-app-dong-nguyen-addictive/; James Hookway, „Flappy Bird Creator Pulled Game Because It Was «Too Addictive»", *Wall Street Journal*, n februarie 2014, www.wsi.com/articles/ZBioooi424052702303874504579376323 27 in 0900; Lananh Nguyen, „Flappy Bird Creator Dong Nguyen Says App «Gone Forever» Because It Was «An Addictive Product»", *Forbes*, 11 februarie 2014,www.forbes.com/sites/ lananhnguyen/2014/02/îi/exclusive-flappy-bird-creator-dong-nguyen-says-app-gone-forever-because-it-was-an-addictive-product/.

39. Kathryn Yung şi alţii, „Internet Addiction Disorder and Problematic Use of Google Glass în Patient Treated at a Residenţial Substance Abuse Treatment Program", *Addictive Behaviors* 41 (2015): 58 – 60; James Eng, „Google Glass Addiction? Doctors Report First Case of Disorder", NBC News, 14 octombrie 2014, www.nbenews.com/tech/Internet/ google-glass-addicţion-doctors-report-first-case-disorder-n22580 i.

CAPITOLUL 2: DEPENDENTUL DIN FIECARE DINTRE NOI

40. Jason Massad, „Vietnam Veteran Recalls Firefights, Boredom and Beer", *Reporter Newspapers*, 4 noiembrie 2010, www. reportemewspapers. net/2010/11/04/vietnam-veteran-recalls-firefights-boredom-beer/.

41. Contextul afacerii cu heroină din Triunghiul de Aur în timpul Războiului din Vietnam şi reacţia lui Nixon: Alfred W. McCoy, Cathleen B. Read şi Leonard P. Adams II, *The Politics of Heroin* în *Southeast Asia* (New York: Harper and Row, 1972); Tim O'Brien, *The Things They Carried* (New York: Houghton Mifflin Harcourt, 1990); Liz Ronk,

„The War Within: Portraits of Vietnam War Veterans Fighting Heroin Addiction", *Time*, 20 ianuarie 2014, time.com/3878718/vietnam-veterans-heroin-addicţiontreatmentphotos/; Aimée Groth, „This Vietnam

Study about Heroin Reveals the Most Important Thing about Kicking Addictions", *Business Insider*, 3 ianuarie 2012, www.businessinsider.com/vietnam-study-addicţions-2012 – 1; Dirk Hanson, „Heroin în Vietnam: The Robins Study", Addiction Inbox, 24 iulie 2010, addictiOn-dirkh. blOgsp Ot.cOm/2010/07/ heroin-in-viet-nam-robins-study.html; Jeremy Kuzmarov, *The Myth of the Addicted Army*: *Vietnam and the Modern War on Drugs* (Amherst, MA: University of Massachusetts Press, 2009); Alix Spiegel, „What Vietnam Taught Us about Breaking Bad Habits", NPR, 2 ianuarie 2012, www. npr.org/sections/health-shots/2012/01/02/144431794/what-vietnam-taught-usabout-breaking-bad-habits; Alexander Cockburn and Jeffrey St. Clair, *Whiteout*: *The CIA*, *Drugs*, *and the Press* (New York: Verso, 1997).

42. David Nutt, Leslie A. King, William Saulsbury şi Colin Blakemore, „Development of a Rational Scale to Assess the Harm of Drugs of Potenţial Misuse", *Lancet* 369, nr. 9566 (martie 2007): 1047 – 1053.

43. Peter Brush, „Higher and Higher: American Drug Use în Vietnam", *Vietnam Magazine*, decembrie 2002, nintharticle.com/vietnam-drug-usage.htm; Alfred W. McCoy, Cathleen B. Read şi Leonard P. Adams II, *The Politics of Heroin în Southeast Asia* (New York: Harper and Row, 1972).

44. Mai multe despre Lee Robins şi propriile ei constatări: Lee N. Robins, „Vietnam Veterans Rapid Recovery from Heroin Addiction: A Fluke or Normal Expectation?", *Addiction* 88, nr. 8 (1.993), 1041 – 1054; Lee N. Robins, John E. Helzer şi Darlene H. Davis, „Narcotic Use în Southeast Asia and Afterward", *Archives*

of General Psychiatry 32, nr. 8 (1975): 955 – 961; Lee N. Robins şi S. Slobodyan, „Post-Vietnam Heroin Use and Injection by Returning US Veterans: Clues to Preventing Injection Today", *Addiction* 98, nr. 8 (2003): 1053 – 1060; Lee

N. Robins, Darlene H. Davis şi Donald W. Goodwin, „Drug Use by U.S. Army Enlisted Men în Vietnam: A Follow-up on Their Return Home", *American Journal of Epidemiology* 99, nr. 4 (mai 1974): 235 – 249; Lee N. Robins, *The Vietnam Drug User Returns*, raportul final, Special Action Office Monograph, Seria A, numărul 2, mai 1974, prhome. defense.gov/Portals/52/Documents/ RFM/Readiness/DDRP/docs/35%2 oFinal%2 oReport. %20 The%2 ovietnam%2 odrug%20 user%2 oretums. pdf; Lee N. Robins, John E. Helzer, Muchie Hesselbrock, şi Eric Wish, „Vietnam Veterans Three Years after Vietnam: How Our Study Changed Our View of Heroin", American *Journal on Addictions* 19, 203 – 211 (2010); Thomas H. Maugh II, „Lee N. Robins Dies at 87; Pioneer în Field of Psychiatric Epidemiology", *Los Angeles Times*, 6 octombrie 2009, www.latimes.com/nation/ Ia-me-lee-rObinse – 20090 ctob-stOry.html.

45. Informaţiile despre Olds şi Milner vin din două surse – interviuri cu studenţii lor: Bob Wurtz, Gary Aston-Jones, Aryeh Routtenberg şi John Disterhoft; şi diferite surse scrise: James Olds şi Peter Milner, „Pozitive Reinforcement Produced by Electrical Stimulation of Septal Area and Other Regions of Rat Brain", *Journal of Comparative and Physiological Psychology* 47, nr. 6 (decembrie 1954): 419 – 427; James Olds, „Pleasure Centers in the Brain", *Scientific American* 195 (1956): 105 – 116; James Olds şi M.E. Olds, „Pozitive Reinforcement Produced by Stimulating Hypothalamus with Iproniazid and Other Compounds", *Science* 127, nr. 3307 (16 mai 1958): 1155 – 1156; Robert H. Wurtz, *Autobiography*, n.d.,

www.sfn.org//media/ SfN/Documents/The History of Neuroscience/Volume%207/ ci6. ashx; Richard F. Thompson, *James Olds*: *Biography* (National Academies Press, 1999), www.nap. edu/read/9681/ chapter/16.

46. Informaţiile despre Vaisberg, inclusiv despre dependenţa de WoW şi afilierea cu reSTART, se bazează pe două interviuri cu Vaisberg.

CAPITOLUL 3: BIOLOGIA DEPENDENŢEI COMPORTAMENTALE

47. Anne-Marie Chang, Daniel Aeschbach, Jeanne F. Duffy şi Charles A. Czeisler, „Evening Use of Light-emitting cReaders Negatively Affects Sleep, Circadian Timing, and Next-morning Alertness", *Proceedings of the National Academy of Sciences* 112, nr. 4 (2015): 1232 – 1237; Brittany Wood, Mark S. Rea, Barbara Plitnick şi Mariana G. Figueiro, „Light Level and Duration of Exposure Determine the Impact of Self-luminous Tablets on Melatonin Suppression", *Applied Ergonomics* 44, nr. 2 (martie 2013) 237 – 240. Apple a adăugat de curând la dispozitivele sale bazate pe ecrane o funcţie numită Night Shift [Tura de noapte], funcţie care schimbă culoarea ecranului pe parcursul zilei pentru a diminua cantitatea de lumină albastră în perioada de dinainte de culcare: www.apple.com/jos/preview/. Mai multe despre acest subiect: Margaret Rhodes, „Amazon and Apple Want to Save Your Sleep by Tweaking Screen Colors", *Wired*, 1 ianuarie 2016, www.wired.com/2016/01/amazon-and-apple-want-to-improve-your-sleep-by-tweaking-screen-colors/; Techerunch, „Arianna Huffington on Technology Addiction and the Sleep Revolution", 20 ianuarie 2016, techerunch.com/video/arianna-huffington-on-politics-and-her-new-book-the-sleep-revolution/519432319/.

48. K.M. O'Craven şi N. Kanwisher, „Mental Imagery of Faces and Places Activates Corresponding Stimulus-Specific Brain Regions", *Journal of Cognitive Neuroscience*

12, nr. 6 (2000): 1013 – 1023; Nancy Kanwisher, Josh McDermott şi Marvin

M. Chun, „The Fusiform Face Area: A Module în Human Extrastriate Cortex Specializând for Face Perception", *Journal of Neuroscience* 17, nr. 11 (1 iunie 1997): 4302 – 4311.

49. Multe dintre informaţiile din acest capitol provin din interviuri cu cercetători şi experţi în dependenţă şi psihologie fiziologică: Claire Gillan, Nicole Avena, Jessica Barson, Kent Berridge, Andrew Lawrence, Stanton Peele şi Maia Szalavitz.

50. Maia Szalavitz, „Most of Us Still Don't Get It: Addiction Is a Learning Disorder", *Pacific Standard*, 4 august 2014, www.psmag.com/health-and-behavior/us-still-dont-get-addicţion-learning-disorder-87431; vedeţi şi: Maia Szalavitz, „How the War on Drugs Is Hurting Chronic Pain Patients", Vice, 16 iulie 2015, www.vice.com/read/how-the-war-on-drugsis-hurting-chronic-pain-patients-716; Maia Szalavitz, „Curbing Pain Prescriptions Won't Reduce Overdoses. More Drug Treatment Will", *Guardian*, 26 martie 2016, www.theguardian.com/commentistree/2016/mar/29/prescripţion-drug-abuse-addicţion-treatment-painkiller.

51. Arthur Aron şi alţii, „Reward, Motivation, and Emotion Sistems Associated with Early-Stage Intense Romantic Love", *Journal of Neurophysiology* 94, nr. 1 (1 iulie 2005), 327 – 337; vedeţi şi: Helen Fisher, „Love Is Like Cocaine", *Nautilus*, 4 februarie 2016, nautil.us/issue/33/attraction/love-is-like-cocaine. Vedeţi şi: Richard A. Friedman, „I Heart Unpredictable Love", *New York Times*, 2 noiembrie 2012, www.nytimes.com/2012/11/04/opinion/sunday/i-heart-unpredictable-love.html; Helen Fisher, Arthur Aron, and Lucy L. Brown, „Romantic Love: An FMRI Study of a Neural Mechanism formate Choice", *Journal of Comparative Neurology* 493 (2005): 58 – 62.

52. Informaţiile despre Peele provin dintr-un interviu cu Peele şi trei cărţi: Stanton Peele şi Archie Brodsky, *Love and Addiction* (New York: Taplinger, 1975); Stanton Peele, *The Meaning of*

Addiction: An Un conventional View (Lexington, MA: Lexington Books, 1985); Stanton Peele şi Archie Brodsky, cu Mary Arnold, The Truth about Addiction and Recovery: The Life Process Program for Outgrowing Distructive Habits (New York: Fireside, 1991).

53. Isaac Marks, „Behavioural (Non-chemical) Addictions", *British Journal of Psychiatry* 85, nr. 11 (noiembrie 1990): 1389 – 1394.

54. Asociaţia Americană pentru Psihiatrie, *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders* (a 5-a ediţie) (Washington, DC: American Psychiatric Publishing, 2013).

55. Informaţiile despre Rylander şi *punding* sunt extrase din interviuri cu Andrew Lawrence şi Kent Berridge; vedeţi şi: Andrew D. Lawrence, Andrew H. Evans şi Andrew}. Lees, „Compulsive Use of Dopamine Replacement în Parkinson's Disease: Reward Sistems Gone Awry?", *Lancet*: *Neurology* 2, nr. 10 (octombrie 2003): 595 – 604; A.H. Evans şi alţii, „Punding în Parkinson's Disease: Its Relation to the Dopamine Dysregulation Syndrome", *Movement Disorders* 19, nr. 4 (aprilie 2004): 397 – 405; Gösta Rylander, „Psychoses and the Punding and Choreiform Syndromes în Addiction to Central Stimulant Drugs", *Psychiatria*, *Neurologia*, *and Neurochirurgia* 75, nr. 3 (mai – iunie 1972): 203 – 12; H.H. Fernandez şi J.H. Friedman, „Punding on L-Dopa", *Movement Disorders* 14, nr. 5 (septembrie 1999): 836 – 38; Kent C. Berridge, Isabel L. Venier şi Terry E. Robinson, „Taste reactivity analysis of 6-Hydroxydopamine-Induced Aphasia: Implications for Arousal and Anhedonia Hypotheses of Dopamine Function", *Behavioral Neuroscience* 103, nr. 1 (februarie 1989): 36 – 45. Atât Berridge, cât şi Lawrence au publicat

zeci de lucrări despre creier şi dependenţă; pentru mai multe, vedeţi Berridge: lsa. umich. edu/psych/research & labs/berridge/Publications.htm;

Lawrence: psych. cf. ac.uk/contactsandpeople/academics/ lawrence. phppublications.

56. Videoclipul cu Connolly discutând despre Parkinson şi tratamentul bolii în emisiunea lui Conan O'Brien: teamcoco.com/ video/billy-connolly-hobbit-hater.

57. Xianchi Dai, Ping Dong, Jayson S. Jia, „When Does Playing Hard to Get Increase Romantic Attraction?", *Journal of Experimental Psychology*: *General* 143, nr. 2 (aprilie 2014): 521 – 526.

CAPITOLUL 4: SCOPURI

58. J.W. Dunne, G.J. Hankey şi R.H. Edis, „Parkinsonism: Upturned Walking Stick as an Aid to Locomotion", *Archives of Physical Medicine and Rehabilitation* 68, nr. 6 (iunie 1987): 380 – 381.

59. Eric J. Allen, Patricia M. Dechow, Devin G. Pope şi George Wu, „Reference-Dependent Preferences: Evidence from Marathon Runners", *NBER Working Paper No. 20343*, iulie 2014, www.nber.org/papers/w20343.

60. Rob Bagehi, „50 Stunning Olympic Moments, No. 2: Bob Beamon's Great Leap Forward", *Guardian*, 23 noiembrie 2011, www. theguardian.com/sport/blog/2011/nov/23/ 50-stunning-olympic-bob-beamon.

61. Episodul cu Larson din *Press Your Luck* este discutat şi transmis în timpul unui documentar cu titlul *Big Bucks*: *The Press Your Luck Scandal* (James P. Taylor Jr. [regizor], Game Show Network, 2003); povestea lui Larson se regăseşte şi în: Alan Bellows, „Who Wants to Be a Thousandaire?", Damn Interesting, 12 septembrie 2011,www.damninteresting.com/ who-wants-to-be-a-thousandaire/; *This American Life*, „Million Dollar Ideea",

NPR, 16 iulie 2010, www. thisamericanlife.org/ radio-archives/episode/412/million-dollar-idea.

62. Aceste căutări au fost făcute prin Ngram Viewer al Googie: books, google.com/ngrams.

63. Thomas Jackson, Ray Dawson şi Darren Wilson, „Reducing the effect of Email Interruptions on Employees", *International Journal of Information Management* 23, nr. 1 (februarie 2003): 55 – 65.

64. Informaţiile despre rolul e-mailurilor la locul de muncă sunt preluate din: Gloria J. Mark, Stephen Voida şi Armând V. Cardello, „A Pace Not Dictated by Electrons: An Empirical Study of Work Without Email", *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors* în *Computer Sistems* (2012): 555 – 564; Megan Garber, „The Latest Ordinary Thing That Will Probably Kill You? Email", *The Atlantic*, 4 mai 2012, www.theatlantic.com/technology/archive/2012/05/the-latest-ordinary-thing-that-will-probably-kill-you-email/ 256742/; Joe Pinsker, „Inbox Zero vs. Inbox 5.000: A Unified Theory", *The Atlantic*, 27 mai 2015, www.theatlantic.com/technology/ archive/2015/05/why-some-people-cant-stand-having-unread-emails/394031/; Stephen R. Barley, Debra E. Myerson şi Stine Grodal, „E-mail as a Source and Symbol of Stress", *Organization Science* 22, nr. 4 (iulie-august 2011): 887 – 906; Mary Czerwiński, Eric Horvitz şi Susan Wilhite, „A Diary Study of Task Switching and Interruptions", *Proceedings of the Special Interest Group on Computer-Human Interaction Conference on Human Factors în Computer Sistems* (2004): 175 – 182; Laura A. Dabbish şi Robert E. Kraut, „Email Overload at Work: An Analysis of Factors Associated with Email Străin", *Proceedings of the Association for Computing Machinery Conference on Computer Supported Cooperative Work & Social Computing* (2011): 431 – 440; Chuck Klosterman, „My

Zombie, Myself: Why Modern Life Feels Rather Undead", *New York Times*, 3 decembrie 2010, www.nytimes.cOm/2010/12/05/arts/televisi On/ 05 zombies.html; Karen Renaud, Judith Ramsay şi Mario Hair, „«*You've* Got E-Mail!»... Shall I De*a*l with It Now? Electronic

Mail from the Recipient's Perspective", *International Journal of Human-Computer Interaction* 21, nr. 3 (2006): 313 – 332.

65. Informaţii din intrviuri cu Schreiber şi Sim şi din cartea lui Schreiber: Katherine Schreiber, *The Truth about Exercise Addiction* (New York: Rowman & Littlefield Publishers, 2015).

66. Site-ul asociaţiei Running Streak: www.runeveryday.com/; lista alergătorilor activi: www.runeveryday.com/lists/ USRSA-Active-List.html; vedeţi şi: Katherine Dempsey, „The People Who Can't Not Run", *The Atlantic*, 4 iunie 2014, www.theatlantic.com/health/archive/2014/06/streakers-in-sneakers/371347/; Kevin Helliker, „These Streakers Resolve to Run Every Day of the Year", *Wall Street Journal*, 1 ianuarie 2015, www.wsi.com/articles/these-streakers-resolve-to-run-everyday-of-the-year-1419986806.

67. Oliver Burkeman, „Want to Succeed? You Need Sistems, Not Goals", *The Guardian*, 7 noiembrie 2014, www.theguardian.com/lifeandstyle/2014/nov/07/sistems-better-than – goals-oliver-burkeman. Vedeţi şi: Scott Adams, *How to Fail at Everything and Still Win Big*: *Kind of the Story of My Life* (New York: Portfolio, 2014).

68. Informaţii despre Polk obţinute dintr-un interviu cu Polk şi din editorialul lui: Sam Polk, „For the Love of Money", *New York Times*, 14 ianuarie 2014, www.nytimes.cOm/2014/01/19/Opinion/sunday/forthe-love-of-money.html.

CAPITOLUL 5: FEEDBACK

69. Turner Benelux, „A Dramatic Surprinse on a

Quiet Square", YouTube, 11 aprilie 2012, www.youtube.com/ watch? v = 3 i6AzLYfăzw; vedeţi şi: Laura Stampler, „How TNT Made the Biggest Viral Ad of the Year – în Belgium", Business Insider, 15 mai 2012,www.businessinsider.com/ how-a-belgian-agency-made-one-of-the-most-viral-v ideos-of-this-year-2012 – 5; Anthony Wing Kosner). „«Push to Add Drama» Video: Belgian TNT Advert Shows Virality of Manipulated Gestures", *Forbes*, 12 aprilie 2012, www.forbes.com/sites/anthonykosner/2012/04/12/ push-to-add-drama-video-belgian-tnt-advert-showsvirality-of-manipulated-gestures/8507254480 ăb.

70. Versiunea arhivată a paginii dedicate farsei „The Button" încă era online în mai 2016: https://www.reddit.com/rZthebutton; mai multe informaţii de pe blogul Reddit: www.redditblog.com/2015/06/the-button-has-ended.html; de exemplu, vedeţi şi: Julianne Pepitone, „Reddit Explains the Mystery Behind The Button", NBC, 9 iunie 2015, www.nbenews.com/tech/Internet/reddit-button-n357841; Alex Bem, „Reddit's Mysterious Button Experiment is Over", *Guardian*, 8 iunie 2015, www.theguardian.com/technology/2015/jun/ o8/reddits-mysterious-button-experiment-is-over; Rich McCormick, „How Reddit's Mysterious April Fools Button Inspired Religions and Cults", The Verge, 9 iunie 2015, www.theverge.com/2015/6/9/8749897/reddit-april-fools-the-butto n-experiment-end.

71. Michael D. Zeiler, „Fixed-Interval Behavior: Efects of Percentage Reinforcement", *Journal of the experimental Analysis of Behavior* 17, nr. 2 (martie 1972): 177 – 189. Vedeţi şi: Michael D. Zeiler, „Fixed and Variable Schedules of Response-Independent Reinforcement", *Journal of the experimental Analysis of Behavior* 11, nr. 4 (iulie 1968): 405 – 414.

72. Vedeţi, de exemplu: Jason Kincaid, „Facebook Activates «Like» Button; Friend Feed Tires of Sincere Flattery”, Techerunch, 9 februarie 2009, techerunch.com/2009/02/09/faceb00 k-activates-like-button-friendfeedures-of-sincere-flattery/; M.G. Siegler, „Facebook: We’ll Serve 1 Billion Likes on the Web în Just 24 Hours”, Techerunch, 21 aprilie 2010, techerunch. com/20 io/04/2 i/facebook-like-button/; Erick Schonfeld, „Zuckerberg: «We Are Building a Web Where the Default Is Social»”, Techerunch, 21 aprilie 2010, techerunch.com/2010/ 04/21/zuckerbergsbuildin-web-default-social/.

73. Vedeţi mai multe despre Chawla şi despre aplicaţia Lovematically pe pagina principală a platformei: fueled.com/ lovematically/. Zeci de surse au scris despre scurta ascensiune şi cădere a lui Lovematically, de exemplu: Brendan O’Connor, „Lovematically: The Social Experiment That Instagram Shut Down after Two Hours”, The Daily Dot, 17 februarie 2014, www.dailydot.com/technology/lovematically-auto-like-instagram-shut-down/; Jeff Bercovici, „Instagram App Lovematically Highlights, and Hijacks, the Power of the «Like»”, *Forbes*, 14 februarie 2014, www.forbes.com/sites/jeffbercovici/2014/02/ 14/instagram-app-lovematically-highlights-and-hijacks-the – power-of-the-like/329 d9 cib64 b6; Lance Ulanoff, „Why I Flooded Instagram with Likes”, Mashable, 14 februarie 2014, mashable.com/2014/02/14/lovematically-instagram/.

74. Puteţi să jucaţi Sign of the Zodiac aici (dar să aveţi grijă să vă scoateţi întâi din agendă orice aveţi planificat în următoarele ore): www.freeslots.co.uk/sign-of-the-zodiaczindex.htm.

75. Cartea grozavă a lui: Natasha Dow Schiill, *Addiction by Design*: *Machine Gambling în Las Vegas* (Princeton, NJ: Princeton University Press, 2013).

76. Mike Dixon şi alţii, „Losses Disguised As Wins în Modern Multi-Line Video Slot Machines”, *Addiction* 105, nr. 10 (octombrie 2010): 1819 – 1824.

77. Arhiva de jocuri a lui Foddy poate fi găsită aici: www.foddy. net/.

78. Vedeţi, de exemplu: Joe White, „Freemium App Candy Crush Saga Eams a Record-Breaking $633.000 Each Day”, Appădvice 9 iulie 2013, appadvice.com/apprin/2013/07/ freemium-app-candy-crush-saga-eams-a-record-breaking633000-each-day; Andrew Webster, „Half a Billion People Have Installed «Candy Crush Saga»”, The Verge, 5 noiembrie 2013, www.theverge.com/2013/11/15/5107794/candy-crushsaga-500-million-downloads; Victoria Woollaston, „Candy Crush Saga Soars above Angry Birds to Become World’s Most Popular Game”, *Daily Mail* Online, 14 mai 2013, www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-2324228/Candy-Crush-Saga-overtakes-Angry-Birds-WORLDS-popular-game.html; Mark Walton, „Humanity Weeps As Candy Crush Saga Comes Preinstalled with Windows 10”, Ars Tehnica, 15 mai 2015, arstehnica.com/gaming/2015/05/humanity-weeps-as-candy-crush-saga-comes-pre-installed-with-windows-io/; Michael Harper, „Candy Crush Particularly Addictive – and Expensive – for Women”, Redorbit, 21 octombrie 2013, www.redorbit.com/news/technology/1112980142/candy-crush-addictive-for-women-102113/; Hayden Manders, „Candy Crush Saga Is Virtual Crack to Women”, Refinery29, 17 octombrie 2013, www.refinery29.com/2013/10/55594/ candy-crush-addiction.

79. Michael M. Barrus şi Catharine A. Winstanley, „Dopamine D3 Receptors Modulate the Ability of Win-Paired Cues to Increase Risky Choice în a Rat Gambling Task”, *Journal of Neuroscience* 36, nr. 3 (ianuarie 2016):

785 – 794; K.G. Orphanides, „Scientists Built a Rat Casino and It Made Rodents Riskier Gamblers”, wired.co.uk, 21 ianuarie 2016, www.wired.co.uk/news/archive/20 i6-oi/2 i/rat-casino-light-sound-gambling-risk; video of Barrus and Winstanley describing their results: ubbpublicaffairs, „UBC «Rat Casino» Providing Insight into Gambling Addiction”, YouTube, 18 ianuarie 2016, www.youtube.com/ watch? V = 6PxGnk62 wGA.

80. Despre realitatea virtuală şi Oculus: Sophie Curtis, „Oculus VR: The $2 bn Virtual Reality Company That Is Revoluţionising Gaming”, *Telegraphy 26* martie 2014, www.telegraph.co.uk/ technology/video-games/video-game-news/10723562/ Oculus-VI-the-2 bn-virtual-reality-company-that-isrevoluţionising-gaming.html; anunţul lui Mark Zuckerberg de pe Facebook referitor la achiziţia Oculus VR: www.facebook.com/zuck/posts/10101319050523971; Jeff Grubb, „Oculus Founder: Rift VR Headset Is «Fancy Wine»; Google Cardboard Is «Muddy Water»”, Venturebeat, 24 decembrie 2015, venturebeat.com/2015/12/24/oculus-founder-rift-vi-headsetis-fancy-wine-google-cardboard-is-muddy-water/; Stuart Dredge, „Three Really Real Questions about the Future of Virtual Reality”, *Guardian*, www.theguardian.com/technology/20 i6/jan/o7/virtual-reality-future-oculus-rift-vr.

81. The Bill Simmons Podcast, „Ep. 95: Billionaire Investor Chris Sacca”, The Ringer, 28 aprilie 2016, soundcloud.com/the-bill-simmons-podcast/ep-95-billionaireinvestor-chris-sacca.

82. Emily Balcetis şi David Durming, „See What You Want to See: Motivaţional Influences on Visual Perception”, *Journal of Personality and Social Psychology* 91, (2006): 612 – 625.

83. Rich Moore (regizor), *Familia Simpson*, „Homer’s Night Out”, 20th Century Fox Television, Episodul 10, 25

martie 1990.

CAPITOLUL 6: PROGRES

84. Mai multe despre Miyamoto şi Super Mario Bros.: pagina de Wikia a jocului Super Mario Bros.: nintendo. wikia.com/wiki/ Super Mario Bros.; Gus Turner, „Playing «Super Mario Bros.» Can Teach You How to Design the Perfect Video Game", Complex, 5 iunie 2014, www. complex.com/Pop-Culture/ 2014/06/Playing-Super-Mario-Bros-Teaches-You-How-To-Design-The-Perfect-Video-Game; videoclipul care explică elementele care fac din Super Mario Bros. un joc atât de captivant: Extra Credits, „Design Club: Super Mario Bros: Level i-i – How Super Mario Mastered Level Design", YouTube, 5 iunie 2014,www.youtube.com/watchrv = ZH2 wGpEZVgE; NPR Staff, „Q & A: Shigeru Miyamoto on the Origins of Nintendo's Famous Characters", NPR: All Tech Considered, 19 iunie 2015, www.npr. Org/secti Ons/allteche Onsidered/2015/06/19/ 415568892/q-a-shigeru-miyamoto-on-the-origins-of-nintendos-famous-characters.

85. Mai multe despre jocul Dollar Auction Game al lui Shubik: Martin Shubik, „The Dollar Auction Game: A Paradox în Noncooperative Behavior and Escalation", *Journal of Conflict Resolution* 15, nr. 1 (martie 1971): 109 – 111.

86. Evaluările din Consumer Reports pentru acele site-uri: www.consumerreports.org/cro/2011/12/with-penny-aucţions-you-o an-spend-a-bundle-but-still-leave-empty-handedzindex.htm.

87. Citatul lui Miyamoto despre propria sa filosofie: Chris Johnston şi echipa Gamespot, „Miyamoto Talks Dolphin at Space World", *Gamespot y iy* aprilie 2000, www.gamespot.com/ articles/miyamoto-talks-dolphin-at-space-worid-andi4599/ 1100 – 2460819/.

88. Mai multe despre Adam Salisman am aflat dintr-

un interviu; dar şi din Adam Salisman, „Contrivance and Extortion: InApp Purchases & Microtransactions”, Gamasutra, 18 octombrie 2011,www.gamasutra.com/blogs/Aclamăalisman/20111018 / 8685/Contrivance and Extortion Inăpp Purchases Microtransactions. php.

89. H. Popkin, „Kim Kardashian and Her InApp Purchases Must Be Stopped!”, Readwrite, 24 iulie 2014, readwrite.com/2014/ 07/24/ffee-mobile-games-in-app-purchases-addicţion-predatory/ (pagina nu mai există); Maya Kosoff, „Kim Kardashian’s

Mobile Game Won’t Make Nearly As Much Money As Analysts Predicted”, *Business Insider*, 13 ianuarie 2015, www.businessinsider.com/kim-kardashian-hollywood-mobile-game-wont-make-200-million-20 i5-i; Milo Yiannopoulos, „I Am Powerless to Resist the Kim Kardashian App – Să I Had to Uninstall It”, *Business Insider*, 25 iulie 2014, www.businessinsider.com/kim-kardashian-app-addicting-2014 – 7; Tracie Egan Morrissey, „Oh God, I Spent $494.04 Playing the Kim Kardashian Hollywood App”, Jezebel, 1 iulie 2014, http://jezebel.com/oh-god-i-spent-494 – 04-playing-the-kimkardashian-holl-1597154346.

90. Adam Alter, David Berri, Griffin Edwards şi Heather Kappes, „Hardship Inoculation Improves Performance but Dampens Motivation”, manuscris nepublicat (2016).

91. Nick Yee şi-a luat doctoratul concentrându-se pe ştiinţe sociale şi jocuri la Stanford; el include norocul începătorului printre cei mai importanţi factori care susţin comportamentele repetate în lumea jocurilor. Vedeţi: www.nickyee.com/ şi www.nickyee.com/hub/addiction/attraction.html.

92. Simon Parkin, „Don’t Stop: The Game That Conquered Smartphones”, *New Yorker*, 7 iunie 2013,

www.newyorker.com/tech/elements/dont-stop-the-game-thatconquered-smartphones.

93. Dan Fletcher, „The 50 Worst Inventions – No. 9: Farmville", *Time*, 27 mai 2010, content. time.com/time/specials/packages/ article/o, 28804, 199 i9 i5 i99 i909 i99 i768,00.html.

94. Mai multe informaţii despre centrul lui Young puteţi găsi aici: netaddiction.com/.

CAPITOLUL 7: CREŞTERE PROGRESIVĂ

95. Timothy D. Wilson şi alţii, „Just Think: The Challenges of the Disengaged Mind", *Science* 345, nr. 6192 (iulie 2014): 75 – 77.

96. Despre Pajitnov şi Tetris: Jeffrey Goldsmith, „This Is Your Brain on Tetris", *Wired*, 1 mai 1994, archive. wired.com/wired/ archive/2.05/tetris.html; Laurence Dodds, „The Healing Power of Tetris Has Its Dark Side", *Telegraph*, 7 iulie 2015, www.telegraph.co.uk/technology/video-games/11722064/ The-healing-power-of-Tetris-has-its-dark-side.html; Guinness World Records, „First Videogame to Improve Brain Functioning and Efficiency: Tetris", n.d., www.guinnesswondrecords.com/ world-records/first-video-game-to-improve-brain-funcţioning-and-efficiency; Richard J. Haier şi alţii, „Regional Glucose Metabolic Changes after Learning a Complex Visuospatial/ Motor Task: A Pozitron Emission Tomographic Study", *Brain Research* 570, nr. 1 – 2 (ianuarie 1992): 134 – 143; Mark Yates, „What Are the Benefits of Tetris?", BBC, 3 septembrie 2009, news. bbe.co. Uk/2/hi/uk news/magazine/8233850. stm; un documentar despre Pajitnov şi originile jocului Tetris: OBZURV, „Tetris! The Story of the Most Popular Video Game", YouTube, 3 iunie 2015, www.youtube.com/watch? v = 8 yeSnoYHmPc; Robert Stickgold şi alţii, „Replaying the Game: Hypnagogic Images în Normals and Amnesics", *Science* 290, nr. 5490 (octombrie 2000): 350 – 353; Emily

A. Holmes, Ella L. James, Thomas Coode-Bate şi Catherine Deeprose, „Can Playing the Computer Game «Tetris» Reduce the Build-Up of Flashbacks for Trauma? A Proposal from Cognitive Science”, *Plos One* 4, 7 ianuarie 2009, 64153.

97. Michael I. Norton, Daniel Mochon şi Dan Ariely, „The «IKEA Efect»: When Labor Leads to Love”, *Journal of Consumer Psychology* 22, nr. 3 (iulie 2012): 453 – 60; vedeţi şi: Dan Ariely, Emir Kamenica şi Drazen Prelec, „Man's Search for Meaning: The Case of Legos”, *Journal of Economic Behavior and Organization by* (2008): 671 – 677.

98. Despre Vîgotski şi Csikszentmihalyi: L.S. Vygotsky, *Mind* în *Society*: *Development of Higher Psychological Processes* (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1978); Mihaly Csikszentmihalyi, *Flow*: *The Psychology of Optimal Experience* (New York: Harper & Row, 1990) [Carte disponibilă în limba română cu titlul *Flux*. *Psihologia fericirii* şi apărută în 2015 la Editura Publica, tradusă de Monica Lungu (n.t.)]; Fausto Massimini, Mihaly Csikszentmihalyi şi Massimo Carii, „The Monitoring of Optimal Experience: A Tool for Psychiatric Rehabilitation”, *Journal of Nervous and Mental Disease* 175, nr. 9 (septembrie 1987): 545 – 549.

99. Echipa IGN, „PC Retroview: Myst”, *IGN*, 1 august 2000, www.ign.cOm/articles/2000/08/01/pe-retr Oview-myst.

100. Informaţiile din această secţiune sunt adunate dintr-un interviu cu Bennett Foddy şi următoarele referinţe: J.C. Fletcher, „Terry Cavanagh Goes Inside Super Hexagon”, Engadget, 9 septembrie 2012, www.engadget.com/2012/09/21/ terry-cavanagh-goes-inside-super-hexagon; videoclipul care îl înfăţişează pe Terry Cavanagh în timp ce termină cu succes ultimul nivel imposibil de rapid din Super Hexagon la o conferinţă despre jocuri: Fantastic Arcade, „Terry Cavanagh

Completes Hyper Hexagonest Mode în Super Hexagon on Stage (78: 32)", YouTube, 21 septembrie 2012, www.youtube.com/watch? v = J J 9 bolZr8 D.E.

101. În 2015, două profesoare de marketing au publicat o lucrare despre aproape-câştiguri: Monica Wadhwa şi JeeHye Christine Kim, „Can a Ne-ar Win Kindle Motivation? The Impact of Nearly Wining on Motivation for Unrelated Rewards", *Psychological Science* 26 (2015): 701 – 708; vedeţi şi: Gyozo Kurucz şi Attila Kormendi, „Can We Perceive Ne-ar Miss? An Empirical Study", *Journal of Gambling Studies* 28, nr. 1 (februarie 2011): 105 – 111.

102. Luaţi în calcul că este legală modificarea felului în care sunt prezentate pierderile, aşa că un aproape-câştig este la fel de legal ca o pierdere netă.

103. Vedeţi: Paco Underhill, *Why We Buy*: *The Science of Shopping* (New York: Simon and Schuster, 1999).

104. Vedeţi, de exemplu: }. Etkin, „The Hidden Cost of Personal Quantification", *Journal of Consumer Research*, în curs de apariţie).

105. Referitor la munca în exces şi karoshi, vedeţi: Daniel S. Hamermesh şi Elena Stancanelli, „Long Workweeks and Strânge Hours", *Industrial and Labor Relations Review* (în curs de apariţie); Christopher K. Hsee, Jiao Zhang, Cindy F. Cai şi Shirley Zhang, „Overeaming", *Psychological Science* 24 (2013): 852 – 59; Lauren F. Friedman, „Here's Why People Work Like Crazy, Even When They Have Everything They Need", *Business Insider*, 10 iulie 2014, www. businessinsider.com/ why-people-work-too-much-2014 – 7; International Labour Organization, „Case Study: Karoshi: Death from Overwork", *International Labour Relations*, 23 aprilie 2013, www.ilo.org/ safeworkzinfo/publications/WCMS 2 ii57 i/lang-enzindex.htm; Echipa China Post, „Overwork Confirmed to Be Cause of Nanya Engineer's Death", *China*

Post, 15 octombrie 2011, www.chinapost.com.tw/taiwan/national/national-news/2011/03/15/294686/Overwork-confirmed.htm.

106. Drazen Prelec şi Duncan Simester, „Always Leave Home Without It: A Further Investigation of the Credit-Card Efect on Willingness to Pay", *Marketing Letters* 12, nr. 1 (2001): 5 – 12; vedeţi şi: Drazen Prelec şi George Loewenstein, „The Red and the Black: Mental Accounting of Savings and Debt", *Marketing Science* 17, nr. 1 (1998): 4 – 28.

CAPITOLUL 8: SUSPANS

107. Reacţiile faţă de finalul filmului *The Italian Job*, de pe platforma consacrată Internet Movie Database: www.undb.com/title/ tt o o 645 05/revie ws.

108. Informaţii despre Bluma Zeigarnik şi despre efectul care îi poartă numele: A.V. Zeigarnik, „Bluma Zeigarnik: A Memoir", *Gestalt Theory* 29, nr. 3 (8 decembrie 2007): 256 – 268; Bluma Zeigarnik, „On Finished and Unfinished Tasks", în *A Source Book of Gestalt Psychology*, W.D. Ellis, ed., (New York: Harcourt, Brace, and Company, 1938), 300 – 14; Colleen M. Seifert şi Andrea L. Patalano, „Memory for Incomplete Tasks: A Re-Examination of the Zeigarnik Efect", în *Proceedings of the Thirteenth Annual Conference of the Cognitive Science Society* (Mahwah, NJ: Erlbaum, 1991), 114 – 119.

109. Dan Chamas, „The Song That Never Ends: Why Earth, Wind & Fire's «September» Sustains", NPR, 19 septembrie 2014, www.npr.Org/2014/09/19/349621429/the-sOng-that-never-ends-why-earth-wind-fires-september-sustains; interviul cu Verdine White despre melodie şi popularitatea lui „September" este disponibil pe platforma Songfacts: www.songfacts.com/blog/ interviews/verdine white of earth wind fire/.

110. Despre *Serial* şi *Making a Murderer*: Louise

Kieman, „«Serial» Podcast Producers Talk Storytelling, Structure and If They Know Whodunnit", Nieman Storyboard, 30 octombrie 2014,http://niemanstoryboard.org/stories/serial-podcast-producers-talk-storytelling-structure-and-if-they-know-whodunnit/; Jeff Labrecque, „«Serial» Podcast Makes Thursdays a Must-Listen Event", *Entertainment Weekly*, 30 octombrie 2014, www.ew.cOm/article/2014/10/30/serial-pOdcast-thursdays; Josephine Yurcaba, „This American Crime: Sarah Koenig on Her Hit Podcast Serial", *Rolling Stone*, 24 octombrie 2014, www.rollingstone.com/culture/features/ sarah-koenig-on-serial-20141024; Maria Elena Fernandez, „«Serial»: The Highly Addictive Spinoff Podcast of «This American Life»", NBC News, 30 octombrie 2014, www.nbenews.com/pop-culture/viral/serial-highly-addictive-spinoff-podcast-american-life-n23575 i; John Boone, „The 13 Stages of Being Addicted to «Serial»", ET Online, 12 noiembrie 2014, www.etonline.com/news/153862 the 13 stages of being addicted to serial/; Yoni Heisler, „«Making a Murderer» Is the Most Addictive Show Netflix Has Ever Released", Yahoo Tech, 14 ianuarie 2016, www.yahoo.com/tech/ making-murderer-most-addictive-show-netflix-ever-releasedi43343536.html.

111. James Greenberg, „This Magic Moment", Directors Guild of America, primăvara 2015, www.dga.org/ Craft/DGAQ/All-Articles/i502-Spring-20 i5/Shot-to-Remember-The-Sopranos. aspx; Alan Sepinwall, „David Chase Speaks!", NJ.com, 11 iunie 2007, bl Og. ne.cOm/alltv/2007/06/ david chase speaks.html; Maureen Ryan, „Are You Kidding Me? That Was the ending of «The Sopranos»?", *Chicago Tribune*, 10 iunie 2007, featuresblogs. chicagotribune.com/ entertainment tv/2007/o6/are you kidding.html.

112. Gregory S. Bems, Samuel M. McClure, Giuseppe

Pagnoni şi P. Read Montague, „Predictability Modulates Human Brain Response to Reward”, *Journal of Neuroscience* 21, nr. 8 (aprilie 2001): 2793 – 2798. Vedeţi şi: Gregory S. Bems, *Satisfaction*: *The Science of Finding True Fulfillment* (New York: Henry Holt & Co., 2005).

113. Tara Parker-Pope, „This Is Your Brain at the Mall: Why Shopping Makes You Feel. Se Good”, *Wall Street Journal*, 6 decembrie 2005, online. wsi.com/ad/article/cigna/ ZB113382650575214543.html; Amanda M. Fairbanks, „Gilt Addicts Anonymous: The Daily Online Flash Sale Fixation”.

Huffington Post, 22 decembrie 2011, www.huffingtonpost.com/ 20 ii/i2/22/gilt-shopping-addiction n ii64035.html; Elaheh Nozari, „Inside the Facebook Group for People Addicted to QVC”, The Kernel, 31 ianuarie 2016, kemelmag. dailydot.com/ issue-sections/headline-story/15703/qvc-shopping-addicţion-facebook-group/; articolele de pe blogul lui Darleen Meier: darlingdarleen.com/2010/12/gilt-addic/, darlingdarleen.com/2010/10/şi/; mesajele scrise de Cassandra, o altă dependentă de Gilt: forum. purseblog.com/general-shopping/ woes-of-a-gilt-addict-should-i-ban-658398.html.

114. Eric J. Johnson şi Daniel Goldstein, „Do Defaults Save Lives?”, *Science*, 302, nr. 5649 (noiembrie 2003): 1338 – 1339.

115. Cercetarea făcută de Netflix referitor la vizionare compulsivă: Kelly West, „Unsurprising: Netflix Survey Indicates People Like to Binge-Watch TV”, Cinemablend, 2014, www.cinemablend.com/television/Unsurprising-Netflix-Survey-Indicates-People-Like-Binge-Watch-TV-61045.html.

116. John Koblin, „Netflix Studied Your Binge-watching Habit. That Didn’t Take Long”, *New York Times*, 8 iunie 2016,

www.nytimes.com/2016/06/09/business/media/netflix-studiedyour-binge-watching-habit-it-didnt-take-long.html; „Netflix & Binge: New Binge Scale Reveals TV Series We Devour and Those We Savor", Netflix, 8 iunie 2016, media.netflix.com/ en/press-releases/netflix-binge-new-binge-scale-reveals-tvseries-we-devour-and-those-we-savor-i.

CAPITOLUL 9: INTERACŢIUNI SOCIALE

117. Despre traseele divergente urmate de Instagram şi Hipstamatic: Shane Richmond, „Instagram, Hipstamatic, and the Mobile Technology Movement", *Telegraph*, 19 august 2011, www.telegraph.co.uk/technology/news/8710979/Instagram-Hipstamatic-and-the-mobile-photography-movement.html;

Marty Yawnick, „Q & A: Hipstamatic: The Story Behind the Plastic App with the Golden Shutter", Life în Lofi, 7 ianuarie 2010, lifeinl Ofi.com/2010/01/07/qa-hipstamatic-the-story-behind-the-plastic-app-with-the-golden-shutter/; Marty Yawnick, „News: Wausau City Pages Un covers the Real Hipstamatic Backstory?", Life în Lofi, 23 decembrie 2010, lifeinlofi.com/2010/12/23/news-wausau-city-pages-uncoversthe-real-hipstamatic-backstory/; „istoricul" (posibil inventat) din spatele Hipstamatic şi aparatul foto original Hipstamatic 100: history. hipstamatic.com/; Libby Plummer, „Hipstamatic: Behind the Lens", Pocket-lint, 16 noiembrie 2010, www.pocket-lint.com/news/106994-hipstamatic-iphone-appandroid-interview. Fotografiile lui Damon Winter care au contribuit la ascensiunea Instagram la începuturi: James Estrin, „Finding the Right Tool to Tell a War Story", *New York Times*, 21 noiembrie, 2010, lens. blogs.nytimes.com/2010/11/21/finding-the-right-tool-to-tell-a-war-story/; Katherine Rushton, „Who's Getting Rich from Facebook's şibn Instagram deal?", *Telegraph*, 10 aprilie 2012, www.telegraph.co.uk/technology/facebook/9195380/Whos-getting-rich-from-Facebooks-ibn-

Instagram-deal.html; un articol excelent despre cum i-a afectat pe fondatorii dezamăgiţi ai Hipstamatic achiziţia Instagram de către Facebook: Nicole Carter şi Andrew MacLean, „The Photo App Facebook Didn't Buy: Hipstamatic", Inc.com, 12 aprilie 2012, www.inc.com/nicole-carter-and-andrew-maclean/photo-app-facebook-didnt-buy-hipstamatic.html; Joanna Stern, „Facebook Buys Instagram for şi Billion", ABCN – ews.com, 9 aprilie 2012, abenews.go.com/blogs/technology/2012/04/facebook-buys-instagram-for-ibillion/.

118. David Durming, *Self-Insight*: *Roadblocks and Detours on the Path to Knowing Thyself* (New York: Psychology Press, 2005); David Durming, Judith A. Meyerowitz şi Amy D. Holzberg, „Ambiguity and Self-Evaluation: The Role of Idiosyncratic Trăit Definitions in Self-Serving Assessments of Ability", *Journal of Personality and Social Psychology* 57, nr. 6 (decembrie 1989): 1082 – 1090.

119. Roy F. Baumeister, Ellen Bratslavsky, Catrin Finkenauer şi Kathleen D. Vohs, „Bad Is Stronger Than Good", *Review of General Psychology* 5, nr. 4 (2001): 323 – 370; Mark D. Pager, William W. Erdly şi Joseph Becker, „Social Networks: We Get By with (and in Spite of) a Little Help from Our Friends", *Journal of Personality and Social Psychology* 53, nr. 4 (octombrie 1.987): 793 – 804; John F. Finch şi alţii, „Pozitive and Negative Social Ties among Older Adults: Measurement Models and the Prediction of Psychological Distress and Well-Being", *American Journal of Community Psychology* 17, nr. 5 (octombrie 1989): 585 – 605; Brenda Major şi alţii, „Mixed Messages: Implications of Social Conflict and Social Support Within Close Relationships for Adjustment to a Stressful Life Event", *Journal of Personality and Social Psychology* 72, nr. 6 (iunie 1997): 1349 – 1363; Amiram D. Vinokur şi Michelle

van Ryn, „Social Support and Undermining în Close Relationships: Their Independent Efects on the Mental Health of Unemployed Persons", *Journal of Personality and Social Psychology* 65, nr. 2 (1993): 350 – 359; Hans Kreitler şi Shulamith Kreitler, „Unhappy Memories of the «Happy Past»: Studies în Cognitive Dissonance", *British Journal of Psychology* 59, nr. 2 (mai 1968): 157 – 166; Mark R. Leary, Ellen S. Tambor, Sonja K. Terdal şi Deborah L. Downs, „Self-Esteem As an Interpersonal Monitor: The Sociometer Hypothesis", *Journal of Personality and Social Psychology 68*, nr. 3 (1995): 518 – 530.

120. Elle Hunt, „Essena O'Neill Quits Instagram Claiming Social Media «Is Not Real Life»", *Guardian*, 3 noiembrie 2015, www. theguardian.com/media/2015/nov/03/ instagram-star-essena-oneill-quits-2 d-life-to-reveal-true-story-behind-images; Megan Mc-Cluskey, „Instagram Star Essena O'Neill Breaks Her Silence on Quitting Social Media", *Time*, 5 ianuarie 2015, time.com/4167856/essena-oneill-breaks-silence-on-quitting-social-media/; O'Neill vorbeşte despre punctul ei de vedere în acest videoclip: Essena O'Neill, „Essena O'Neill – Why I REALLY Am Quitting Social Media", YouTube, 3 noiembrie 2015, www.youtube.com/ watch? v = gmăbwTQvWX8.

121. Despre Hot or Not şi fondatorii lui: Alexia Tsotsis, „Facemash.com, Home of Zuckerberg's Facebook Predecessor, for Sale", Techerunch, 5 octombrie 2010, techerunch.com/2010/10/05/ facemash-sale/; Alan Farnham, „Hot or Not's Co-Founders: Where Are They Now?", ABCN – ews.com, 2 iunie 2014, abenews. go.com/Business/founders-hot-today/story? id = 2390 io82; David Pescovitz, „Cool Alumni: HOTor NOT.com Founders James Hong and Jim Young", *Lab Notes*, 1 octombrie 2004, coe. berkeley. edu/labnotes/1004/coolalum.html; Liz Gannes, „Hot or Not Creator James Hong Doesn't care If

He Strikes It Rich or Not with New App", Recode. net, 21 noiembrie 2014. recode. net/2014/11/21/james-hong-doesnt-want-to-be-a-bi llionaire – but-he – does-want-you-te – think-he s-rele vânt/.

122. Manitouzz adăugase următoarea menţiune sub imaginile sale compozite de pe Hot or Not: „Aceste femei nu există. Fiecare este un amestec de aproximativ 30 de chipuri, amestec pe care l-am creat pentru a descoperi actualele standarde de frumuseţe de pe internet. Pe site-ul popular Hot or Not lumea evaluează cât de atrăgători sunt alţii pe o scală de la 1 la 10. Un scor mediu bazat pe sute sau chiar mii de evaluări individuale se formează doar în câteva zile. Eu am luat nişte poze de pe site, le-am ordonat după scor şi am folosit Squiriz Morph pentru a crea compoziţii unitare din seriile de imagini. Spre deosebire de proiecte că Face of Tomorrow sau Beauty Check, unde subiecţii sunt pozaţi pentru respectivul scop, portretele sunt neclare pentru că imaginile-sursă au rezoluţii mici şi există între ele diferenţe de postură, coafuri, ochelari etc., la care se adaugă faptul că nu am putut să folosesc decât 36 de puncte de control pentru chipurile contopite. Ce concluzie am tras despre frumuseţe din aceste chipuri virtuale? întâi, că imaginile contopite tind să fie mai drăguţe decât sursele, pentru că asimetriile chipurilor şi imperfecţiunile pielii se pierd în medie. Totuşi imaginile cu scoruri mici arată că grăsimea nu este atrăgătoare. Scorurile înalte tind să aibă chipuri mai înguste. Vă las pe voi să găsiţi mai multe diferenţe şi să faceţi ceva similar pentru bărbaţi", commons. wikimedia.org/wiki/ File: Hotornot comparisons manitou2121.jpg.

123. Marilynn B. Brewer, „The Social Self: On Being the Same and Different at the Same Time", *Personality and Social Psychology Bulletin* 17, nr. 5 (octombrie 1991): 475 – 482; Marilynn B. Brewer şi Sonia Roccas, „Individual Values, Social Identity, and Optimal Distinctiveness", în

Individual Self, *Relative Self*, *Collective Seif* C. Sedikides & M. Brewer, eds. (Philadelphia, PA: Psychology Press, 2001), 219 – 37.

124. Multe dintre ideile lui Cash referitoare la importanţa interacţiunilor faţă în faţă se regăsesc în: Thomas Lewis, Fari Amâni şi Richard Lannon, *A Generat Theory of Love* (New York: Random House, 2001).

125. Mai multe despre ideile lui Andy Doan şi ambliopie: Andrew K. Przybylski, „Electronic Gaming and Psychosocial Adjustment", *Pediatrics*, 134, (2014): e7 i6-e722; Colin Blakemore şi Grahame F. Cooper, „Development of the Brain Depends on the Visual Environment", *Nature* 228 (octombrie 1970): 477 – 478; Wilder Penfield şi Lamar Roberts, *Speech and Brain-Mechanisms* (Princeton, NJ: Princeton University Press, 1959).

126. Detalii referitoare la studiu sunt disponibile pe site-ul iKeepăafe: ikeepsafe.org/be-a-pro/balance/too-much-time-online/.

CAPITOLUL 10: CUM SĂ ELIMINĂM DEPENDENŢELE DE LA BUN ÎNCEPUT

127. Despre experiment şi literatura de specialitate referitoare la vara lui 2012: Yalda T. Uhis şi alţii, „Five Days at Outdoor Education Camp Without Screens Improves Preteen Skills with Nonverbal Emotion Cues", *Computers în Human Behavior* 39 (octombrie 2014): 387 – 92; Sandra L. Hofferth, „Home Media and Children's Achievement and Behavior", *Child Development* 81, nr. 5 (septembrie-octombrie 2010): 1598 – 1619; Internet World Stats: www. Internetworitistats.com/stats.htm; Victoria J. Rideout, Ulla G. Foehr şi Donald F. Roberts, *Generation M²*: *Media in the Lives of 8 to 18-Year-Olds* (Menlo Park: CA: Kaiser Family Foundation, 2010); Amanda Lenhart, *Teens*, *Smartphones* & *Texting* (Washingon, DC: Pew Research Center, 2010); Jay N. Giedd, „The Digital

Revolution and Adolescent Brain Evolution", *Journal of Adolescent Health* 51, nr. 2 (august 2012): 101 – 5; Stephen Nowicki şi John Carton, „The Measurement of Emoţional Intensity from Facial Expressions", *Journal of Social Psychology* 133, nr. 5 (noiembrie 1993): 749 – 50; Stephen Nowicki, *Manual for the Receptive Tests of the DANVA2*. Pentru mostre de itemi din testul DANVA, inclusiv varianta pentru adulţi a testului, vedeţi: psychology. emory. edu/labs/ interpersonal/Adult/danva. swf.

128. Pentru acest capitol am citit zeci de raportări referitoare la expunerea copiilor la ecrane. Acestea nu explorau doar dacă ar trebui sau nu copiii să fie expuşi la ecrane, ci şi când ar trebui să înceapă această expunere, cât de multă era OK şi cum ar trebui să fie prezentate ecranele. Printre aceste raportări şi referinţe se numără: Claire Lerner şi Rachel Barr, „Screen Sense:

Setting the Record Straight", 2014, www.zerotothree.org/ parenting-resources/screen-sense-setting-the-record-straight; uitaţi-vă în special la acest schimb din Huffington Post, schimb format dintr-un editorial care înfiera ecranele şi două replici care au pus la îndoială şi au clarificat editorialul original: Cris Rowan, „10 Reasons Why Handheld Devices Should Be Banned for Children under 12", Huffington Post, 6 martie 2014, m. huffpost.com/us/entry/ioreasons-whyhandheld-devices-should-be-banned b 4899218.html, David Kleeman, „10 Reasons Why We Need Research Literacy, Not Scare Columns", Huffington Post, 11 martie 2014, www.huffingtonpost.com/ david-kleeman/ioreasons-why-we-needre b 4940987.html, Lisa Nielsen, „10 Points Where the Research Behind Banning Handheld Devices în Children Is Flawed", Huffington Post, 24 martie 2014,www. huffingtonpost.com/lisa-nielsen/ ioreasons-why-the-resear b 50044 i3.html? i395687657; Userexperiences

Works, „A Magazine Is an iPad That Does Not Work”, YouTube, 6 octombrie 2011, www.youtube.com/watch? v = aXV-yaFmQNk; Academia americană de pediatrie, „Media and Children”, 2015, www.aap.org/ en-us/avocacy-and-policy/aap-health-initiatives/pages/ media-and-children. aspx; Lisa Guernsey, „Common-Sense, Science-Based Advice on Toddler Screen Time”, State, 13 noiembrie 2014, www.state.com/articles/technology/future tense/20 i4/îi/zero to three issues common sense advice on toddler screen time.html; Farhad Manjoo, „Go Ahead, a Little TV Won’t Hurt Him”, State, 12 octombrie 2011, www.state.com/articles/technology/technology/2011/10/ho w much tv should kids watch why doctors prohibitions on screen.html; Fundaţia Kaiser, „The Media Family: Electronic Media in the Lives of Infants, Toddlers, Preschoolers, and Their Parents”, 2006, kaiserfamilyfoundation. files. wordpress.

com/20 i3/oi/7500.pdf; Erika Hoff, „How Social Contexts Support and Shape Language Development”, *Developmental Review* 26, nr. 1 (martie 2006): 55 – 88; Nancy Darling şi Laurence Steinberg, „Parenting Style As Context: An Integrative Model”, *Psychological Bulletin* 113, nr. 3 (1993): 487 – 96; Annie Bernier, Stephanie M. Carlson şi Natasha Whipple, „From External Regulation to Self-Regulation: Early Parenting Precursors of Young Children’s Executive Functioning”, *Child Development* 81, nr. 1 (ianuarie 2010): 326 – 39; Susan H. Landry, Karen E. Smith şi Paul R. Swank, „The Importance of Parenting During Early Childhood for School-Age Development”, *Developmental Neuropsychology* 24, nr. 2 – 3 (2003): 559 – 591; Sarah Roseberry, Kathy Hirsh-Pasek şi Roberta M. Golinkoff, „Skype Me! Socially Contingent Interactions Help Toddlers Learn Language”, *Child Development* 85, nr. 3 (mai iunie 2014): 956 – 970; Angeline S. Lillard şi Jennifer Peterson, „The Imediate Impact of Different Types

of Television on Young Children's Executive Function", *Pediatrics* 128, nr. 4 (octombrie 2011): 644 – 649; N. Brito, R. Barr, P. McIntyre şi G. Simcock, „Long-Term Transfer of Learning from Books and Video During Toddlerhood", *Journal of Experimental Child Psychology* 111, nr. 1 (ianuarie 2012): 108 – 119; Rachel Barr şi Harlene Hayne, „Developmental Changes în Imitation from Television During Infancy", *Child Development* 70, nr. 5 (septembrie-octombrie 1999): 1067 – 1081; Jane E. Brody, „Screen Addiction Is Taking a Toll on Children", *New York Times*, 6 iulie 2015, well. blOgs. nytimes.cOm/2015/07/06/screen-addicţion-is-taking-a-toll-on-children/; Conor Dougherty, „Addicted to Your Phone? There's Help for That", *New York Times*, 11 iulie 2015, www.nytimes.com/2015/07/12/sunday-review/addicted-to-your-phone-theres-help-for-that.html; Alejandrina Cristia şi Amanda Seidl, „Parental Reports on Touch Screen

Use în Early Childhood", *Plos One* 10 (6) (2015): 00128338, doi: io. i37 i/journal. pone. oi28338; C.S. Green şi D. Bavelier, „Exercising Your Brain: A Review of Human Brain Plasticity and Training-Induced Learning", *Psychology and Aging* 23, nr. 4 (decembrie 2008): 692 – 701; Kathy Hirsh-Pasek şi alţii, „Putting Education in «Educational» Apps: Lessons from the Science of Learning", *Psychological Science in the Public Interest* 16, nr. 1 (2015): 3 – 34; Deborah L. Linebarger, Rachel Barr, Matthew A. Lapierre şi Jessica T. Piotrowski, „Associations Between Parenting, Media Use, Cumulative Risk, and Children's Executive Functioning", *Journal of Developmental & Behavioral Pediatrics* 35, nr. 6 (iulie-august 2014): 367 – 377; Jessi Hempel, „How about a Social Media Sabbatical? *Wired* Readers Weigh în", *Wired*, 5 august 2015, www.wired.com/ 2015/08/social-media-sabbatical-wired-readers-weigh/; „«Digital Amnesia» Leaves Us Vulnerable, Survey Suggests", CBC News, 8

octombrie 2015, www.cbe. ca/news/technology/ digital-amnesia-kaspersky-l.3262600 (linkul spre raport este disponibil în corpul articolului).

129. David Denby, „Do Teens Read Seriously Anymore?", *New Yorker*, 23 februarie 2016, www.newyorker.com/culture/cultural-comment/books-smell-like-old-people-thedecline-of-teen-reading.

130. Vedeţi: Sherry Turkle, Reclaiming Conversation: The Power of Talk în a Digital Age (New York: Penguin Press, 2015); Sherry Turkle, Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other (New York: Basic Books, 2011).

131. Catherine Steiner-Adair, The Big Disconnect: Protecting Childhood and Family Relationships in the Digital Age (New York: Harper, 2013).

132. Despre abordările celor din China şi Coreea faţă de tratamentul dependenţei de internet: Shosh Shlam şi Hilla Medalia.

Web Junkie, 2013; vedeţi şi: Whitney Mallett, „Behind «Web Junkie», a Documentary about China's Internet-Addicted Teens", *Motherboard*, 27 ianuarie 2014, motherboard. vice.com/blog/behind-web-junkie-a-documentary-about-chinas-Intemet-addicted-teens.

133. Despre Kimberly Young şi testul ei pentru dependenţa de internet: testul este disponibil pe netaddiction.com/ Internet-addicţion-test; Kimberly S. Young, *Caught in the Net*: *How to Recognize Signs of Internet Addiction – and a Wining Strategy for Recovery* (John Wiley & Sons: New York, 1998); Kimberly S. Young, „Internet Addiction: The emergence of a New Clinical Disorder", *Cyber Psychology & Behavior* 1, nr. 3 (1998): 237 – 44; Laura Widyanto şi Mary McMurran, „The Psychometric Properties of the Internet Addiction Test", *Cyber Psychology & Behavior* 7, nr. 4 (2004): 443 – 50; Man Kit Chang şi Sally Pui Man Law, „Factor Structure for

Young's Internet Addiction Test: A Confirmatory Study", *Computers în Human Behavior* 24, nr. 6 (septembrie 2008): 2597 – 2619; Yasser Khazaal şi alţii, „French Validation of the Internet Addiction Test", *Cyber Psychology & Behavior* 11, nr. 6 (noiembrie 2008): 703 – 6; Steven Sek-yum Ngai, „Exploring the Validity of the Internet Addiction Test for Students în Grades 5 – 9 în Hong Kong", *International Journal of Adolescence and Youth 13*, nr. 3 (ianuarie 2007): 221 – 37; Kimberly S. Young, „Treatment Outeomes Using CBT-IA with Internet-Addicted Patients", *Journal of Behavioral Addictions* 2, nr. 4 (decembrie 2013): 209 – 15.

134. Despre interviurile motivaţionale şi Carrie Wilkens: Gabrielle Glaser, „A Different Path to Fighting Addiction", *New York Times*, 3 iulie 2014, www.nytimes.cOm/2014/07/06/nyregion/a-different-path-to-fighting-addiction.html; William R. Miller şi Stephen Rollnick, *Motivaţional Interviewing*: *Helping*

People Change, 3rd ed., (New York: Guilford Press, 2012); William R. Miller şi Paula L. Wilbourne, „Mesa Grande: A Methodological Analysis of Clinical Trials of Treatments for Alcohol Use Disorders", *Addiction* 97, nr. 3 (martie 2002): 265 – 77; Tracy O'Leary Tevyaw şi Peter M. Monti, „Motivaţional Enhancement and Other Brief Interventions for Adolescent Substance Abuse: Foundations, Applications and Evaluations", *Addiction* 99 (decembrie 2004): 63 – 75; C. Dunn, L. Deroo şi F.P. Rivara, „The Use of Brief Interventions Adapted from Motivaţional Interviewing Across Behavioral Domains: A Sistematic Review", *Addiction* 96, nr. 12 (decembrie 2001): 1725 – 42; Craig S. Schwalbe, Hans Y. Oh şi Allen Zweben, „Sustaining Motivaţional Interviewing: A Meta-Analysis of Training Studies", *Addiction* 109, 1287 – 94; Kate Hall şi alţii, „After 30 Years of Dissemination, Have We Achieved Sustained Practice Change în Motivaţional Interviewing?",

Addiction (în curs de tipărire; o mostră de scenariu este disponibilă aici: careacttarget.org/sites/default/files/file-upload/ resources/module5-handouti. pdf).

135. Edward L. Deci and Richard M. Ryan, eds., *Handbook of Self-Determination Research* (Rochester, NY: University of Rochester Press, 2002); Mark R. Lepper, David Greene şi Richard E. Nisbett, „Undermining Children's Intrinsic Interest with Extrinsic Reward: A Test of the «Overjustification» Hypothesis", *Journal of Personality and Social Psychology* 28 (1973): 129 – 37; Edward L. Deci, „Efects of Externally Mediated Rewards on Intrinsic Motivation", *Journal of Personality and Social Psychology* 18, nr. 1 (aprilie 1871): 105 – 15; Richard M. Ryan, „Psychological Needs and the Facilitation of Integrative Processes, *Journal of Personality* 63, nr. 3 (septembrie 1995): 397 – 427; Edward L. Deci, E. şi Richard M. Ryan, „A Motivational Approach to Self: Integration in Personality", în *Nebraska Symposium on Motivation*: *Vol. 38. Perspectives on Motivation*, Richard A. Dienstbier, ed., (Lincoln, NE: University of Nebraska Press, 1991), 237 – 88; Edward L. Deci şi Richard M. Ryan, „Human Autonomy: The Basis for True Self-Esteem", în *Efficacy, Agency, and Self-Esteem*, Michael H. Kemis, ed., (New York: Springer, 1995); Roy F. Baumeister şi Mark R. Leary, „The Need to Belong: Desire for Interpersonal Attachments As a Fundamental Human Motivation", *Psychological Bulletin* 117, nr. 3 (mai 1995): 497 – 529*

CAPITOLUL 11: OBICEIURI ŞI ARHITECTURĂ

136. Joseph M. Strayhorn şi Jillian C. Strayhorn, „Religioşity and Teen Birth Rate in the United States", *Reproductive Health* 6, nr. 14 (septembrie 2009): 1 – 7; Benjamin Edelman, „Red Light States: Who Buys Online Adult Entertainment?", *Journal of Economic Perspectives* 23, nr. 1 (iarna 2009): 209 – 20; Anna Freud, *The ego and the Mechanisms of Defense* (New York: Hogarth, 1936);

Cara C. MacInnis şi Gordon Hodson, „Do American States with More Religious or Conservative Populations Search More for Sexual Content on Google?”, *Archives of Sexual Behavior* 44 (2015): 137 – 47.

137. O mare parte din cercetările relevante ale autorilor este cuprinsă în această carte: Seymour Feshbach şi Robert D. Singer, *Television and Aggression*: *An Experimental Field Study* (San Franciso: Jossey-Bass, 1971).

138. Alina Tugend, „Turning a New Year’s Resolution into Action with *the Facts*”, *New York Times*, 9 ianuarie 2015, www. nytimes.com/2015/oi/io/your-money/some-facts-to-turn-your-newyears-resolutions-into-action.html.

139. Xianchi Dai şi Ayelet Fishbach, „How Nonconsumption Shapes Desire”, *Journal of Consumer Research* 41 (decembrie 2014): 936 – 52.

140. Daniel M. Wegner, „Ironic Processes of Mental Control”, *Psychological Review* 101, nr. 1 (1994): 34 – 52; Daniel M. Wegner şi David J. Schneider, „The White Bear Story”, *Psychological Inquiry* 14, nr. 3 – 4 (2003): 326 – 29; Daniel M. Wegner, *White Bears and Other Unwanted Thoughts*: *Suppression*, *Obsession*, *and the Psychology of Mental Control* (New York: Viking, 1989); Daniel M. Wegner, David}. Schneider, Samuel R. Carter îl şi Teri L. White, „Paradoxical Efects of Thought Suppression”, *Journal of Personality and Social Psychology* 53, nr. 1 (1987): 5 – 13.

141. Despre modificarea obiceiurilor prin înlocuire şi distragere: Christos Kouimtsidis şi alţii, *Cognitive-Behavioural Therapy in the Treatment of Addiction* (Chichester, UK: John Wiley & Sons, 2007); Charles Duhigg, „The Golden Rule of Habit Change”, Psychlentral, n.d., psychcentral.com/blog/archives/2012/07/ 17/the-golden-ruleof-habit-change; Charles Duhigg, *The Power of Habit*: *Why We Do What We Do în Life and Business* (New

York: Random House, 2012); Melissa Dahl, „What If You Could Just «Forget» to Bâte Your Nails?", *New York*, 16 iulie 2014, nymag.com/scienceofus/2014/07/what-if-you-could-forget-tobite-your-nails.html.

142. Mai multe informaţii despre dispozitivul Realism: www. realismsmartdevice.com/meet-realism; „Realism: An Alternative to Our Addiction to Smartphones", Untitled Magazine, 18 decembrie 2014, untitled-magazine.com/realism-an-alternative-to-our-addicţion-to-smartphones/e. VorirvLqWPV.

143. Despre importanţa înţelegerii motivaţiei autentice: Paul Simpson, *Assessing and Treating Compulsive Internet Use* (Brentwood, ÎN: Cross Country Education, 2013); Kimberly Young şi Cristiano Nabuco de Abreu, eds., *Internet Addiction*: *A Handbook and Guide to Evaluation and Treatment* (Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2011).

144* Despre statisticile referitoare la promisiunile pe care şi le fac oamenii în noaptea de Anul Nou, precum şi despre formarea şi durata obiceiurilor: www.statisticorain.com/new-years-resolution-statistics; John C. Norcross, Mărci S. Mrykalo şi Matthew D. Blagys, „*Auld Lang Syne*: Succes Predictors, Change Processes, and Self-Reported Outeomes of New Year's Resolvers and Nonresolvers", *Journal of Clinical Psychology* 58, nr. 4 (aprilie 2002): 397 – 405; Jeremy Dean, *Making Habits, Breaking Habits*: *Why We Do Things, Why We Don't, and How to Make Any Change Stick* (Cambridge, MA: Da Capo Press, 2013); Phillippa Lally, Cornelia H.M. van Jaarsveld, Henry W.W. Potts şi Jane Wardle, „How Are Habits Formed: Modelling Habit Formation in the Real World", *European Journal of Social Psychology* 40, nr. 6 (octombrie 2010): 998 – 1009.

145. Vanessa M. Patrick şi Henrik Hagtvedt", «I Don't» versus «I Can't»: When Empowered Refusal

Motivates Goal-Directed Behavior", Jo*urnal o*f *Consumer Research 3*9 (2011), 371 – 81.

146. Termenul de „arhitectură comportamentală" este preluat din: Richard H. Thaler şi Cass R. Sunstein, *Nudge*: *Improving Decisions about Health*, *Wealth*, *and Happiness* (New Haven, CT: Yale University Press, 2008) [Carte disponibilă în limba română la Editura Publica, apărută în 2016 cu titlul *Nudge* (tradusă de Smaranda Nistor)].

147. Această secţiune conţine fragmente dintr-un articol pe care l-am scris pentru 99 m Adam L. Alter, „How to Build a Collaborative Office Space Like Pixar and Google", n.d., 99U.com/articles/16408/how-tobuild-a-collaborative-office-space-like-pixar-and-google; Leon Festinger, Kurt W. Back şi Stanley Schacter, *Social Pressures* în *Informal Groups*: *A Study of Human Factors în Housing* (Stanford, CA: Stanford University Press, 1950).

148. Despre puterea aversiunii faţă de pierdere şi motivaţie: Thomas C. Schelling, „Self-Command în Practice, în Policy, and in a Theory of Raţional Choice", *American Economic Review* 74, nr. 2 (1984): l-11; Jan Kubanek, Lawrence H. Snyder şi Richard A. Abrams, „Reward and Punishment Act as Distinct Factors în Guiding Behavior", *Cognition* 139 (iunie 2015): 154 – 67; Ronald G. Fryer, Steven D. Levitt, John List şi Sally Sadoff, „Enhancing the efficacy of Teacher Incentives Through Loss Aversion: A Field Experiment", Analiză în lucru, 18237, National Bureau of Economic Research, Cambridge, MA, 2012; Daniel Kahneman şi Amos Tversky, „Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk", *Econometrica* 47, nr. 2 (martie 1979): 263 – 92. Don't Waste Your Money game: Paul Simpson, *Assessing and Treating Compulsive Internet Use* (Brentwood, ÎN: Cross Country Education, 2013). Cheltuielile relaţionale:

Elizabeth Dunn şi Michael Norton, *Happy Money*: *The Science of Happier Spending* (New York: Simon & Schuster, 2013).

149. Site-ul instrumentului auxiliar Demetricator pentru Facebook: bengrosser.com/projects/facebookdemetricator/.

150. Despre *binge-watching* şi depăşirea ancorei elementului de suspans: Patrick Allan, „Overcome TV Show Binge-Watching with a Lesson în Plot", Lifehacker, septembrie 2014, lifehacker.com/overcome-tv-show-binge-watching-with-a-lesson-in-plot-1640472646; vedeţi şi: Michael Hsu, „How to Overcome a Binge-Watching Addiction", *Wall Street Journal*, 26 septembrie 2014, www.wsi.com/articles/how-to-overcome-a-binge-watching-addicţion-1411748602; această idee a scurteircuitării elementului de suspans a fost inspirată iniţial de Tom Meyvis, unul dintre colegii mei de la NYU, şi de Un Simonsohn, profesor la Şcoala de afaceri Wharton de la Universitatea Pennsylvania.

151. Jacob Kastrenakes, „Netflix Knows the eexact Episode of a TV Show That Gets You Hooked", The Verge, 23 septembrie 2015,www.theverge.cOm/2015/9/23/9381509/ netflix-hooked-tv-episode-analysis.

CAPITOLUL 12: GAMIFICAREA

152. Site-ul campaniei Teoriei Distracţiei a celor de la DDB: www.thefuntheory.com; Cannes Awards announcement: www.pânewswire.com/news-releases/ddbs-fun-theory-for-volkswagen-takes-home-cannes-cyber-grand-prix-97156119.html; videoclipul cu experimentul treptelor transformate în pian: Rolighetsteorin, „Piano Stairs: The Funâheory.com", YouTube, 7 octombrie 2009, www. youtube.com/watch? v = 2 lXzoa Pyw.

153. Statistici despre obezitate de la World Obesity Federation: www.worldobesity.org/resources/obesity-data-

repository; Kaare Christensen, Gabriele Dobihammer, Roland Rău şi James W. Vaupel, „Ageing Populations: The Challenges Ahead", *Lancet* 374, nr. 9696 (octombrie 2009): 1196 – 1208; John Bound, Michael Lovenheim şi Sarah Turner, „Why Have Collège Completion Rates Declined? An Analysis of Changing Student Preparation and Collegiate Resources", *American Economic Journal*: *Applied Economics* 2, nr. 3 (iulie 2010): 129 – 57; Jeffrey Brainard şi Andrea Fuller, „Graduation Rates Fall at One-Third of 4-Year Colleges", *Chronicle of Higher Education*, 5 decembrie 2010, chronicle.com/article/ Graduation-Rates-Fall-al/125614; statistici despre economisire de la Banca Mondială: data. worldbank. orgzindicator/ NY. GNS. ICTR. ZS; statistici despre economisire de la OECD: data. oecd.org/hha/household-savings-forecast.htm; World Giving Index, elaborat de Fundaţia Charities Aid: www.cafonline.org/about-us/publications; raportul transmis de National Center for Public Policy and Higher Education, care sugerează că veniturile forţei de muncă sunt aşteptate să scadă: www.highereducation.org/reports/pa decline.

154. Despre Breen şi Free Rice: Michele Kelemen, „Net Game Boosts Vocabulary, Fights Hunger", NPR, 17 decembrie 2007, www. npr.org/templates/story/story. php? storyld = i7307572.

155. Mai multe informaţii despre gamificare şi exemple: Kevin Werbach şi Dan Hunter, *For the Win*: *How Game Thinking Can Revoluţionize Your Business* (Philadelphia, *PA*: *Wharton Digital Press*, 2012), 168 – 172; Nick Pelling explică istoria termenului: Nick Pelling, „The (Short) Prehistory of «Gamificiation»…", Funding Startups (& other impossibilities), Nanodome, 9 aprilie 2011, nanodome. wordpress.com/2 on/o8/o9/the-short-prehistory-of-gamification/; Dave McGinn, „Can a Couple of Reformând Gamers Make You Addicted to Exercise?",

Globe *and Mail*, publicat pe 3 noiembrie 2011, actualizat ultima dată pe 6 septembrie 2012, www.theglobeandmail.com/life/health-and-fitness/fitness/cana-couple-of-reformed-gamers-make-you-addicted-to-exercise/article4250755/; Fox Van Allen, „Sonicare Toothbrush App Proves Too Addicting for Kids", Techlicious, 16 septembrie 2015, www.techlicious.com/blog/Philips-sonicare-for-kids-electric-toothbrush-app-sparkly/; Kate Kaye, „Internet of Toothbrushes: Sonicare Pipes Data Back to Philips", Advertisingăge, 14 septembrie 2015, http://adage.com/article/datadriven-marketing/Philips-connects-sonicare-kids-game-data-insights/300316.

156. Despre Q2L, avariţie cognitivă şi educaţie transformată în joc: Institute of Play, „Mission Pack: Dr. Smaliz: Can You Save a Dying Patient's Life?", 2014, www.instituteofplay.org/wpeontent/uploads/20 i4/o8/IOP DR SMALLZ MISSION PACK v2.pdf; statistici despre Q2L: Quest to Learn, „Research: Quest Learning Model Linked to Significant Learning Gains", www.z. Org/about/research; Rochester Institute of Technology, Just Press Play, RIT Interactive Games & Media, play. rit. edu/ About; Traci Sitzmann, „A Metaanalytic Examination of the Instructional Efectiveness of Computer-Based Simulation Games", *Personnel Psychology* 64 (mai 2011): 489 – 528; Susan T. Fiske şi Shelley E. Taylor, *Social Cognition Second Edition* (New York: McGraw-Hill, 1991); Dean Takahashi, „Study Says Playing Videos Games Can Help You Do Your Job Better", *New York Times*, 1 decembrie 2010, www.nytimes.com/extemal/venturebeat/2010/12/oi/oiventurebeat-study-says-playing-videos-games-can-help-you-76563.html.

157. Yagana Shah, „Story of a 93-Year-Old and 2 Lawn Mowers Will Melt Your Heart", Huffington Post, 28

aprilie 2016, www. huffingtonpost.com/entry/story-of-a-93-year-old-and-2-lawn-mowe rs-will-melt-your-heart us 57226 iaae4 bob49 dfbaaboăd; mai multe despre sistemul de tricouri-insignă găsiţi pe: Facebook, Raising Men Lawn care Services Michigan, postare, 21 mai 2016, www.facebook.com/282676205411413/photos/a.282689732076727.1073741828.282676205411413/282689718743395/.

158. Emily A. Holmes, Ella L. James, Thomas Coode-Bate şi Catherine Deeprose, „Can Playing the Computer Game «Tetris» Reduce the Build-Up of Flashbacks for Trauma? A Proposal from Cognitive Science", *Plos One* 4, 7 ianuarie 2009, DOI: io. i37 i/joumal. pone. ooo4 i53; „Post-Traumatic Stress Disorder (PTSD): The Management of PTSD în Adults and Children în Primary and Secondary care", London National Institute for Health and Clinical Excellence, 2005, CG026; J.A. Anguera şi alţii, „Video Game Training Enhances Cognitive Control în Older Adults", *Nature 501* (septembrie 2013): 97 – 101; „Game Over? Federal Trade Commission Calls Brain-Training Claims Inflated", 8 ianuarie 2016, ALZ – forum, www.alzforum.org/news/communitynews/game-over-federal-trade-commission-calls-brain-training-claims-infiated; dar luaţi în calcul această afirmaţie a criticilor: Centrul pentru longevitate al Stanford şi Institutul Max Planck pentru dezvoltare umană, „A Consensus on the Brain Training Industry from the Scientific Community", 20 octombrie 2014, IOngevity3. stanf Ord. edu/blog/2014/10/15/theconsensus-on-the-brain-training-industry-from-the-scientific-community; un studiu clasic care explică de ce transformarea în joc s-ar putea să le elimine unora motivaţia intrinsecă de a se comporta în feluri benefice pentru ei: Un Gneezy şi Aldo Rustichini, „A Fine Is a Pr*ice",* Jo*urnal o*f *Legal St*udies *2*9 (ianuarie 2000): l-18.

159. Despre Ian Bogost şi Cow Clicker: site-ul jocului: cowclicker. corn; descrierea jocului făcută de însuşi Bogost: bogost.com/ writing/blog/cow clicker i/; vedeţi şi: Jason Tanz, „The Curse of Cow Clicker: How a Cheeky Satire Became a Hit Game", *Wired*, *20* decembrie 2011, www.wired.com/2011/12/ fi cowclicker/all/i; interviu cu Bogost: NPR, „Cow Clicker Founder: If You Can't Ruin It, Destroy It", 18 noiembrie 2011, www.npr.org/2011/11/18/142518949/cow-clicker-founder-if-y ou-cant-ruin-it-destroy-it.

EPILOG

160. Oliver Burkeman, „This Column Will Change Your Life: The end-of-History Illusion", *The Guardian*, 19 ianuarie 2013, www. theguardian.com/lifeandstyle/2013/jan/19/change-your-life-end-history; Jordi Quoidbach, Daniel T. Gilbert şi Timothy D. Wilson, „The end of History Illusion", *Science* 339, nr. 6115 (ianuarie 2013) 96 – 98.